



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**ESCUELA DE INGENIERÍA FINANCIERA Y COMERCIO EXTERIOR**

**CARRERA DE INGENIERÍA FINANCIERA**

**TESIS DE GRADO**

Previo a la obtención del Título de:

**Ingeniera en Finanzas**

“Plan de negocios para la creación de una Microfinanciera en apoyo a la mujer emprendedora de la ciudad de Riobamba”.

**PRESENTADO POR:**

Carla Patricia Beltrán Franco

**Riobamba – Ecuador**

**2013**

## **CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL**

Certificamos que el presente trabajo ha sido revisado en su totalidad, quedando autorizada su presentación.

-----

Ing. Gino Geovanny Merino Naranjo    Ing. Juan Bladimir Aguilar Poaquiza

Director de Tesis

Miembro del Tribunal

### **CERTIFICADO DE AUTORÍA**

Las ideas expuestas en el presente trabajo de investigación y que aparecen como propias son en su totalidad de absoluta responsabilidad de la Autora.

Carla Patricia Beltrán Franco

## **AGRADECIMIENTO**

“Agradezco de manera general a todos los docentes que durante mi vida politécnica me han impartido sus conocimientos, gracias a su paciencia y enseñanza y finalmente un eterno agradecimiento a esta prestigiosa universidad la cual abre sus puertas a jóvenes como nosotros, preparándonos para un futuro competitivo y formándonos como personas de bien, de tal forma que me permitirán crecer como profesional y desenvolverme en el ámbito laboral con excelencia”.

Carla Patricia Beltrán Franco

## **DEDICATORIA**

A Dios, por darme la oportunidad de vivir y por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

Mi madre Carlota Beltrán, por darme la vida, quererme mucho, creer en mí y porque siempre me apoyaste. Mamá gracias por darme una carrera para mi futuro, todo esto te lo debo a ti.

A mis abuelos, hermanos, amigos y demás familiares que compartieron toda esta etapa de mi vida estudiantil y que supieron apoyarme y sobre todo creyeron en mí.

¡Gracias a ustedes!

Carla Patricia Beltrán Franco

## ÍNDICE DE CONTENIDO

Portada .....	I
Certificación del Tribunal .....	II
Certificado de Autoría .....	III
Agradecimiento .....	IV
Dedicatoria.....	V
Índice de contenido.....	VI
Índice de figuras.....	IX
Índice de cuadros.....	IX
Índice de anexos.....	XI
Introducción.....	XII
CAPÍTULO I .....	1
1. Generalidades .....	1
1.1. Riobamba .....	1
1.1.2. Divisiones administrativas .....	2
1.1.2.1. Parroquias urbanas.....	2
1.1.2.2. Parroquias rurales.....	2
1.1.3. Economía .....	3
1.2. El emprendimiento .....	5
1.2.1. Actividad emprendedora.....	5
1.2.2. Emprendedor.....	5
1.2.3. El emprendimiento en el Ecuador .....	6
1.2.4. Fuentes de financiamiento del emprendedor .....	7
1.3. Las microfinanzas .....	7
1.4. Las Microfinancieras .....	10
1.5. Objetivos .....	12
1.5.1. Objetivo general .....	12
1.5.2. Objetivos específicos .....	12
CAPÍTULO II .....	13
2. Análisis situacional .....	13
2.1. Matriz de implicados.....	13
2.2. Determinación de los factores externos estratégicos. ....	14
2.2.1. Macroentorno .....	14

2.2.1.1. Matriz de factores externos económicos.....	15
2.2.1.2. Matriz de factores externos sociales.....	18
2.2.1.3. Matriz de factores externos político-legales.....	19
2.2.1.4. Matriz de factores externos tecnológicos.....	20
2.2.2. Matriz de prioridades.....	21
2.2.2.1. Factores económicos.....	21
2.2.2.2. Factores sociales.....	23
2.2.2.3. Factores políticos.....	24
2.2.2.4. Factores tecnológicos.....	25
2.3. Matriz de perfiles estratégicos externos.....	26
2.2.3.1. Capacidad de respuesta a factores estratégicos externos.....	28
2.2.4. Estrategias.....	30
CAPÍTULO III.....	31
3. Propuesta.....	31
3.1 Estudio de mercado.....	31
3.1.1 Introducción.....	31
3.1.2. Objetivo del estudio de mercado.....	32
3.1.2.1. Objetivo general.....	32
3.1.2.2. Objetivos específicos.....	32
3.1.3. Determinación del mercado objetivo.....	32
3.1.3.1. Población urbana.....	32
3.1.3.2. Matriz de proyección de la población de Riobamba.....	34
3.1.3.3. Mercado objetivo.....	34
3.1.4. Estudio de la demanda.....	34
3.1.5. Demanda actual.....	36
3.1.6. Oferta.....	37
3.1.7. Demanda insatisfecha.....	38
3.1.8. Marketing.....	39
3.2. Estudio técnico.....	41
3.2.1. Introducción.....	41
3.2.2. Objetivos.....	41
3.2.2.1. Objetivo general.....	41
3.2.2.2. Objetivos específicos:.....	42
3.2.3. Tamaño del proyecto.....	42

3.2.4. Localización.....	42
3.2.4.1. Macrolocalización .....	43
3.2.4.2. Microlocalización.....	43
3.2.5. Productos y servicios .....	45
3.2.5.1. Producto: Confiamiga.....	46
3.2.5.2. MaxiMujer .....	48
3.2.6. Equipo .....	51
3.2.7. Personal .....	52
3.2.8. Estructura organizacional.....	53
3.3. Lineamientos estratégicos.....	55
3.3.1. Diseño de la misión. ....	55
3.3.2. Diseño de la visión. ....	56
3.3.3. Valores .....	56
3.4. Marco legal.....	57
3.4.1 Licitud de Fondos .....	59
3.5. Estudio financiero.....	61
3.5.1. Matriz de inversiones .....	61
3.5.2. Capital.....	62
3.5.3. Cálculo de los ingresos .....	64
3.5.4. Cálculo de las obligaciones con el público .....	66
3.5.5. Cálculo de las depreciaciones y amortizaciones .....	67
3.5.6. Estado de resultados proyectado .....	68
3.5.7. Flujo de caja .....	70
3.5.8. Estado de situación inicial.....	72
3.5.9. Balances Generales.....	73
3.6. Evaluación financiera .....	78
3.6.1. Valor actual neto .....	78
3.6.2. Tasa interna de retorno.....	79
3.6.3. Relación beneficio-costos.....	81
3.6.4. Periodo de recuperación de la inversión .....	82
3.6.4. Punto de equilibrio monetario.....	83
CAPÍTULO IV .....	84
4. Conclusiones y recomendaciones.....	84
4.1. Conclusiones .....	84



4.2. Recomendaciones .....	85
Resumen .....	86
Summary .....	87
Bibliografía .....	88
Anexos .....	90

## ÍNDICE DE FIGURAS

No. Título	Página
1. Parroquias de Riobamba .....	2
2. Parroquias rurales .....	3
3. Población urbana.....	33
4. Resultados del censo de población por hombres y mujeres 2010.....	33
5. Macrolocalización .....	43
6. Organigrama estructural .....	53
7. Organigrama funcional .....	54
8. Página de la Organización no gubernamental “COMPARTIENDO FUTURO”	62

## ÍNDICE DE CUADROS

No. Título	Página
1. Matriz de implicados.....	13
2. Matriz de factores externos económicos .....	15
3. Matriz de factores externos sociales .....	18
4. Matriz de factores externos - político legales.....	19
5. Matriz de factores externos - tecnológicos .....	20
6. Matriz de prioridades - factores económicos .....	21
7. Matriz de prioridades - factores sociales .....	23
8. Matriz de prioridades - factores políticos .....	24
9. Matriz de prioridades factores - tecnológicos .....	25
10. Matriz de perfiles estratégicos externos. ....	26

11. Capacidad de respuesta a factores estratégicos externos .....	28
12. FODA .....	30
13. Matriz de proyección de la población de Riobamba .....	34
14. Demanda actual .....	36
15. Demanda proyectada .....	37
16. Demanda insatisfecha .....	39
17. Matriz de localización .....	44
18. Tasas de Interés referenciales .....	45
19. Tabla de amortización producto: Confiamiga .....	47
20. Tabla de amortización Producto: MaxiMujer préstamo semanal .....	49
21. Tabla de amortización Producto: MaxiMujer préstamo mensual .....	50
22. Sueldos.....	52
23. Cuantificación anual de Sueldos .....	52
24. Formulario de licitud de fondos.....	60
25. Inversión .....	61
26. Amortización del préstamo .....	63
27. Cálculo del valor de los créditos .....	64
28. Ingresos por intereses.....	65
29. Depreciaciones y Amortizaciones.....	67
30. Estado de resultados proyectado .....	68
31. Flujo de caja .....	70
32. Estado de situación inicial .....	72
33. Balance General año 1 .....	73
34. Balance General año 2 .....	74
35. Balance General año 3 .....	75
36. Balance General año 4 .....	76
37. Balance General año 5 .....	77
38. Valor actual neto.....	79
39. Valor actual neto (-) .....	80
40. Ingresos actualizados .....	81
41. Período de recuperación de la inversión .....	82

## ÍNDICE DE ANEXOS

No. Titulo	Página
1. Modelo de Encuesta.....	90
2. Tabulación de la encuesta.....	93
3. Sueldos.....	103

## INTRODUCCIÓN

Actualmente en el Ecuador, en materia de equidad de género se ha ganado gran espacio, principalmente en los que se refiere a las actividades laborales, las mujeres han llenado plazas, en todas la áreas de las empresas tanto públicas como privadas, pero aún existen prejuicios que no permiten a las mujeres integrarse a la economía, principalmente en lo que se refiere a actividades empresariales y de emprendimiento.

Otro aspecto fundamental es que el sistema financiero del país y la ciudad de Riobamba, al tratar de minimizar su riesgo de cartera, coloca requisitos que las personas de pocos recursos no pueden cubrir, por lo que se les hace difícil acceder a un crédito formal, teniendo que recurrir a usureros, los cuales sacan ventaja de esta situación cobrando intereses altos.

Este panorama, hace necesaria la creación de una entidad Microfinanciera que fomente el emprendimiento femenino, teniendo en cuenta que muchas de las veces las mujeres se vuelven cabeza de familia y requieren tanto de una entidad que las guie en la creación y la forma adecuada de manejo de un negocio, además de una fuente de financiamiento.

Para la realización del presente plan se ha planeado seguir un esquema ordenado, el cual presente un estudio de mercado, que determine las necesidades de las mujeres emprendedoras, la oferta o competencia existente y los productos y servicios financieros que más se requieran, seguido por un estudio técnico, que muestre la logística y requerimientos de infraestructura y tecnológicos, para cuantificar todo en el estudio financiero y evaluarlo mediante fórmulas técnicas financieras determinando la factibilidad de la creación de la Microfinanciera.

## **CAPÍTULO I**

### **1. Generalidades**

#### **1.1. Riobamba**

Riobamba, conocida también como: “Cuna de la Nacionalidad Ecuatoriana”, “Sultana de los Andes”, “Ciudad Bonita”, “Ciudad de las Primicias”, “Corazón de la Patria”, por su historia y belleza, es la capital de la provincia de Chimborazo. Se encuentra en el centro geográfico del país, en la cordillera de los Andes, a 2.754 msnm, cerca de diversos volcanes, como el Chimborazo, el Tungurahua, el Altar y el Carihuairazo.

La ciudad fue fundada en 1534 cerca de la laguna de Colta. En 1799 se trasladó hasta el lugar que ocupa hoy en día, convirtiéndose en la primera y única ciudad planificada del Ecuador. Durante un breve período, tras la fundación de la República del Ecuador, fue la capital del país.

Según datos oficiales del INEC según el censo del 2010, la ciudad tiene 146.324 habitantes en su área administrativa urbana; dentro de su área de aglomeración urbana, que representa el valor real de población de la ciudad, llega a 176.688 habitantes donde se incluye los barrios periféricos suburbanos como La Inmaculada, Las Abras, Corona Real, Santa Ana, El Carmen, etc., así como las localidades de Licán y San Luis. Mientras que dentro de su área metropolitana, que incluye a las cabeceras cantonales de Guano, Chambo, entre otros centros poblados aledaños, la ciudad alcanza los 195.964 habitantes. Por otra parte la población total del cantón del mismo nombre llega a 225.741 habitantes.<sup>1</sup> La superficie delimitada por el perímetro urbano de la ciudad es de 1150,2 km<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> [http://www.inec.gob.ec/cpv/?TB\\_iframe=true&height=530&width=1100](http://www.inec.gob.ec/cpv/?TB_iframe=true&height=530&width=1100). Fecha de consulta: 10 marzo 2012

## 1.1.2. Divisiones administrativas

### 1.1.2.1. Parroquias urbanas

Riobamba está dividida en 5 parroquias urbanas: Maldonado, Veloz, Lizarzaburu, Velasco y Yaruquíes. Las cuatro parroquias nombradas en primer lugar fueron producto de la distribución de la ciudad a su llegada a la llanura de Tapi en 1797 y la parroquia de Yaruquíes fue incorporada como parroquia urbana en 1965, teniendo una separación que cada vez ha ido acortándose.<sup>2</sup>

**Figura N° 1**  
**Parroquias de Riobamba**



Fuente: Municipio de Riobamba

### 1.1.2.2. Parroquias rurales

Las parroquias rurales que conforman el cantón Riobamba son: Cacha, Calpi, Cubijíes, Flores, Licán, Licto, Pungalá, Punín, Químiag, San Juan, San Luis.<sup>3</sup>

<sup>2</sup> [www.es.wikipedias.org/wiki/Riobamba](http://www.es.wikipedias.org/wiki/Riobamba)- consultado 20 febrero 2012

<sup>3</sup> Gobierno autónomo descentralizado del cantón Riobamba

**Figura N° 2**

**PARROQUIAS RURALES**



Fuente: Municipio de Riobamba

**1.1.3. Economía**

La economía de Riobamba se basa principalmente en la producción agrícola y de ella se realizan grandes ferias de productos, varios días a la semana, pero, principalmente los días sábados en los mercados: La Merced, La Condamine, San Alfonso, Mayorista, Oriental, Santa Rosa, San Francisco y Dávalos.

Sin embargo en la ciudad existe la presencia de industrias como de: cerámica, cementeras, lácteos, madereros, molineras, elaborados de construcción, turismo, ensamblaje de computadores, fabricación de hornos, techos, tuberías, entre otros. A la par de las principales ciudades del país, Riobamba ha evolucionado en la conexión a internet, existiendo en la ciudad varios proveedores locales como: fastnet, cnt y ecuanet, quienes han llevado a la ciudad a poseer una cobertura total ayudado con la expansión de enlaces Wi-Fi y demás servicios inalámbricos. A esto se

suma la producción de diversos directorios y empresas de la ciudad y provincia.

#### **1.1.4. Educación**

##### **Educación secundaria**

Riobamba posee varias unidades educativas de alto reconocimiento, podemos nombrar algunas como la Unidad Educativa "San Felipe Neri" , la Unidad Educativa Salesiana "Santo Tomas Apóstol Riobamba" (STAR), el "Colegio Internacional Edmundo Chiriboga", Unidad Educativa "Jefferson", Colegio Nacional experimental Maldonado, Instituto Tecnológico Superior Carlos Cisneros, Colegio La Salle, Instituto Isabel de Godin, Instituto Superior Riobamba, Colegio Militar Combatientes de Tapi, Unidad Educativa Salesiana "María Auxiliadora", Unidad Educativa "Mariana de Jesus", Unidad Educativa "Nuestra Señora de Fátima", "Instituto Técnico Superior Padre Juan de Velasco", Colegio Piloto "Amelia Gallegos Díaz", Unidad Educativa "San Vicente de Paúl". Colegio Nacional Fernando Daquilema. etc.<sup>4</sup>

##### **Educación universitaria**

En la ciudad existen varias instituciones de educación superior entre las principales se encuentran: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo ESPOCH ubicada en la panamericana sur km 1 1/2, Universidad Nacional de Chimborazo, UNACH con sus dos campus universitarios uno ubicado en el sector de la Dolorosa y otro en la vía a Guano Km. 1 ½. En educación a distancia se destaca la Universidad Nacional de Loja, la Escuela Superior Politécnica del Ejército (ESPE), La Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL) entre otras.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> [www.laprensa.com.ec/ediciones.asp?notid=6280](http://www.laprensa.com.ec/ediciones.asp?notid=6280)

<sup>5</sup> [www.senescyt.gob.ec/UNIVERSIDADES.pdf](http://www.senescyt.gob.ec/UNIVERSIDADES.pdf)



## **1.2. El emprendimiento**

La palabra emprendimiento proviene del francés entrepreneur (pionero), y se refiere a la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar una meta u objetivo, siendo utilizada también para referirse a la persona que iniciaba una nueva empresa o proyecto, término que después fue aplicado a empresarios que fueron innovadores o agregaban valor a un producto o proceso ya existente.<sup>6</sup>

El emprendimiento es aquella actitud y aptitud de la persona que le permite emprender nuevos retos, nuevos proyectos; es lo que le permite avanzar un paso más, ir más allá de donde ya ha llegado. Es lo que hace que una persona esté insatisfecha con lo que es y lo que ha logrado, y como consecuencia de ello, quiera alcanzar mayores logros.

### **1.2.1. Actividad emprendedora**

“La actividad emprendedora es la gestión del cambio radical y discontinuo, o renovación estratégica, sin importar si esta renovación estratégica ocurre adentro o afuera de organizaciones existentes, y sin importar si esta renovación da lugar, o no, a la creación de una nueva entidad de negocio”.<sup>7</sup>

### **1.2.2. Emprendedor**

Un emprendedor es una persona que enfrenta, con resolución, acciones difíciles. Específicamente en el campo de la economía, negocios o finanzas, es aquel individuo que está dispuesto a asumir un riesgo económico o de otra índole. Desde este punto de vista, el término se refiere a quien identifica una oportunidad de negocio y organiza los recursos necesarios para ponerla en marcha.

---

<sup>6</sup>ENTREPRENEUR” en “L'Encyclopédie, (Pagina 5:732), en francés en el original: “il se dit en général de celui qui se charge d'un ouvrage: on dit un entrepreneur de manufactures, un entrepreneur de bâtimens, pour un manufacturier, un maçon. Voyez Manufacturier, Maçon.”.

<sup>7</sup><http://www.gerencie.com/emprendimiento.html>

Es habitual emplear este término para designar a una «persona que crea una empresa» o a alguien quien empieza un proyecto por su propia iniciativa. Se ha sugerido que el “ser emprendedor” es una de las cualidades esenciales de un empresario, junto con la innovación y la capacidad de organización y gestión.

Debemos dejar en claro que ser emprendedor y ser empresario no es lo mismo. Ser emprendedor se refiere a ser una persona que siempre busca nuevos retos, que siempre busca nuevos objetivos y trabaja en cumplirlos. Y el ser empresario es aquella persona que ve oportunidades de negocio, la lleva a cabo y busca generar sustentabilidad. Por lo tanto es claro que para ser empresario, se requiere ser emprendedor ya que este es el primer paso para iniciar un proyecto, pero si eres emprendedor no necesariamente debes convertirte en empresario, ya que los objetivos de un emprendedor pueden ser distintos al objetivo de crear una empresa. La mentalidad emprendedora es totalmente diferente a la mentalidad de un empleado<sup>8</sup>.

### **1.2.3. El emprendimiento en el Ecuador**

El emprendimiento en Ecuador, ha tenido participación activa en la economía; fortalece el comercio en la región y se da una expansión el mercado laboral. Las nuevas ideas de negocios generan soluciones que a corto y largo plazo se reflejarán en la mejora de nivel de vida de los ecuatorianos. Es por ello que se ha recopilado información generada por los diferentes actores sobre emprendimiento, concluyendo que los factores que motivan el inicio del emprendimiento son: sentido de superación (16%); gusto por el trabajo realizado (14%); confianza en sí mismo (17%); apoyo familiar (15%); y, conocimiento técnico del negocio (14%).

La mayoría de emprendedores (86%) se dedican a su negocio propio, por el contrario hay emprendedores más conservadores (14%), que realizan de

---

<sup>8</sup>“ENTREPRENEUR” en “L'Encyclopédie, (Pagina 5:732), en francés en el original: “il se dit en général de celui qui se charge d'un ouvrage: on dit un entrepreneur de manufactures, un entrepreneur de bâtimens, pour un manufacturier, un maçon. Voyez Manufacturier, Maçon.”.

manera paralela otras actividades, que garanticen un flujo seguro de ingresos, hasta cuando el negocio se consolide<sup>9</sup>.

#### **1.2.4. Fuentes de financiamiento del emprendedor**

Las fuentes de financiamiento más comunes que el emprendedor busca son: crédito, recursos financieros que se obtiene de amigos y familiares y a través del ahorro propio. Las microempresas en Ecuador poseen menos de 10 empleados, se estima que existen alrededor de 646.000 microempresarios; siendo la provincia de Guayas que concentra el mayor porcentaje de microempresas (42%), seguido por Pichincha (17.6%) y Loja en décimo lugar (1.5%).<sup>10</sup>

Es importante anotar que de todos los microempresarios, el 46% ha terminado la primaria, el 42% secundaria y tan solo el 12% se ha relacionado con la educación superior. Cada microempresa genera 1.7 empleos directos, con lo cual contribuyen con el 23% del empleo nacional. Existe una tasa alta de informalidad en las microempresas en Ecuador. El 73% no cumple con todas las obligaciones tributarias, el 80% no lleva registros contables y tan solo el 14% de empresarios están afiliados al IESS.

### **1.3. Las microfinanzas**

El origen inmediato de las microfinanzas, tal y como son concebidas en la actualidad, lo podemos encontrar a finales de la década de los setenta del siglo pasado. Su origen geográfico se remonta a Asia (Bangladesh), pero pronto se empieza a desarrollar actividad Microfinanciera en la América Latina, donde adquiere una gran importancia en la lucha contra la pobreza, la financiación usuraria y el subdesarrollo, y donde se da una evolución

---

<sup>9</sup><http://sandraramon.wordpress.com/2009/07/08/panorama-del-emprendimiento-en-ecuador-y-la-situación-html>

<sup>10</sup><http://sandraramon.wordpress.com/2009/07/08/panorama-del-emprendimiento-en-ecuador-y-la-situación-html>

especialmente significativa tanto desde el punto de vista cuantitativo como desde el punto de vista cualitativo.

Crear empleo y riqueza, reducir la dependencia y la pobreza, incrementar la productividad, poner en valor recursos y capacidades, y apoyar a colectivos desfavorecidos, especialmente mujeres, son los objetivos más recurrentes de la actividad Microfinanciera en los países con problemas estructurales de pobreza.

Esencialmente se pretende apoyar a sectores subfinanciados y potencialmente rentables que tienen posibilidades de desarrollo productivo a corto y medio plazo si se da una mayor implicación de las entidades de financiación en cuanto a la dotación de productos y servicios financieros.

Posteriormente, y en especial debido a los procesos migratorios del Sur al Norte, las microfinanzas han empezado a arraigar en los países opulentos, es decir, en los países que convencionalmente se denominan desarrollados. Las microfinanzas en estos países están contribuyendo a paliar los efectos de grandes bolsas de pobreza urbanas y poblaciones deprimidas del ámbito rural.<sup>11</sup>

La Industria Microfinanciera (IMF) ha adquirido un cierto grado de madurez en la actualidad, si bien su impacto macroeconómico sigue siendo muy reducido. Si en su paleohistoria está ligada a programas públicos subvencionados, en la década de los noventa comienza a adquirir un mayor peso el criterio de la sostenibilidad y de la eficiencia sobre el de subsidiación. En concreto, la subsidiación puede generar importantes ineficiencias, tales como un exceso de demanda microcrediticia que puede llegar a implicar altas tasas de impago, un excesivo e injustificado apalancamiento de los prestatarios, y, en consecuencia, una mayor insostenibilidad financiera de las IMF. Pero también, un exceso de financiación desincentiva el seguimiento de las inversiones crediticias, tanto

---

<sup>11</sup> Fideicomiso Servicios Financieros Rurales. El lado humano de las microfinanzas Editorial Silvia Armas, Quito, 2008

en su aspecto estrictamente financiero como en lo referente a la evolución del proyecto de autoempleo o microempresarial financiado.

El progreso alcanzado en el ámbito de la institucionalización de la actividad microfinanciera está teniendo repercusiones muy positivas en lo que concierne a la solvencia y sostenibilidad de las propias IMF; hecho que, a su vez, está permitiendo ampliar el catálogo de instrumentos financieros ofertados por dichas instituciones a las familias con las rentas bajas. La institucionalización de la actividad Microfinanciera, por tanto, permite una mayor adecuación de la propuesta de las instituciones oferentes a las necesidades reales de los colectivos sociales en riesgo de exclusión financiera.<sup>12</sup>

En su concepción moderna la primera acción significativa en el ámbito de la actividad Microfinanciera se asocia al premio Nobel Mohamed Yunus y a la creación del Grameen Bank en 1976. Desde entonces dicha IMF, junto a su Fundación, y en colaboración con otras instituciones, han ayudado a más de 11 millones de personas en todo el mundo. En concreto, Grameen Bank, en el periodo 1976-2006 concedió 5.400 millones de dólares, con una tasa de devolución del 98,3 por 100. En dicho periodo, igualmente, ha apoyado a casi seis millones de prestatarios (5,89 millones), de los que en torno al 96 por 100 han sido mujeres.

Casi 60.000 aldeas han sido beneficiarias de la actividad crediticia de esta IMF. La Fundación Grameen ayuda en países como Bangladesh, India, China, Filipinas, Indonesia, Timor Este, Indonesia, Arabia Saudí, Uganda, Ruanda, Egipto, Túnez, Nigeria, Marruecos, Bolivia, El Salvador, Honduras, República Dominicana, Haití, México y Estados Unidos. Se puede decir, por tanto, que la entidad dispone de una amplia red de oficinas realizando actividad Microfinanciera. En concreto, cuenta con más de 2.000 sucursales repartidas por todo el mundo. Y su objetivo actual es extender

---

<sup>12</sup> Fideicomiso Servicios Financieros Rurales. El lado humano de las microfinanzas Editorial Silvia Armas, Quito, 2008

su modelo de bancarización de los pobres a África y a las zonas más depauperadas de las grandes metrópolis.

El éxito de esta fórmula llevó a Naciones Unidas a considerar los microcréditos como un instrumento capital para erradicar la pobreza de cara a los Objetivos del Milenio (2015) al centrarse en actividades del sector informal, al movilizar el microahorro, al combatir las prácticas de usura, al permitir una mayor igualdad de género en el acceso a la actividad económica, al facilitar el flujo de las remesas. De todos modos, hay que decir que los microcréditos no son la panacea. Deben ser concebidos como un instrumento más para la gestión del desarrollo, pero existen múltiples problemas estructurales que es preciso abordar en otra escala muy diferente a la propiamente Microfinanciera.

#### **1.4. Las Microfinancieras**

Las Microfinancieras son organizaciones e instituciones que brindan servicios financieros a los más pobres o aquellas personas que carecen de recursos. Ofrecen servicios financieros sólo a sus clientes, a través de pequeñas cuentas de ahorro, individuales o grupales, y créditos que van de acuerdo a sus necesidades y a su situación económica.

Microfinanzas, “Significa otorgar a las familias más pobres, pequeños préstamos para apoyarlos económicamente en actividades productivas” <sup>13</sup>

Cuando de emprendimiento y microcréditos se trata es clave nombrar al Banco Grameen, el cual es un banco social de microcréditos fundado en Jobra (Bangladés), en 1976, por Muhammad Yunus banquero y economista de Bangladés.

Muhammad Yunus es el desarrollador del concepto de microcrédito (ideado por el pakistaní Dr. Akhter Hameed Khan). Los microcréditos son pequeños préstamos concedidos a personas humildes que no pueden solicitar un préstamo bancario tradicional, Muhammad Yunus fue galardonado con el

---

<sup>13</sup> Secretaría de Economía, 2006.

Premio Príncipe de Asturias de la Concordia en 1998, Premio Internacional Simón Bolívar en 1996 y con el Premio Nobel de la Paz de 2006 por sus esfuerzos para incentivar el desarrollo social y económico desde abajo.

### **Instrumentos microfinancieros**

Son el conjunto de productos, servicios financieros y sociales puestos al servicio de las comunidades locales por las IMF a partir de la actividad propiamente Microfinanciera. Los catálogos de instrumentos microfinancieros pueden llegar a ser los mismos que los que ofertan las entidades financieras convencionales, si bien el planteamiento y la estructuración de la oferta deben ser bien distintos. En efecto, la esencia o el contenido de fondo de los productos y servicios asociados a la actividad financiera convencional se pueden replicar en la actividad Microfinanciera, pero existen claras diferencias de planteamiento que no se pueden obviar.

La ausencia de garantías y los objetivos sociales directos son los elementos decisivos que permiten, en general, establecer la, en muchos casos difícil de definir, línea de demarcación entre la actividad Microfinanciera y la actividad financiera convencional. No obstante lo dicho, los productos financieros más recurrentes son los microcréditos y los depósitos de ahorro, es decir, los productos directamente implicados en la intermediación financiera clásica. Los instrumentos microfinancieros, en multitud de casos, son creados al margen del proceso general de intermediación de una economía nacional o regional y del que se benefician las grandes instituciones financieras convencionales, confundiéndose la actividad financiera mayorista con la minorista.<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> Fideicomiso Servicios Financieros Rurales. El lado humano de las microfinanzas Editorial Silvia Armas, Quito, 2008

## **1.5. Objetivos**

### **1.5.1. Objetivo general**

Elaborar un plan de negocios para la creación de una Microfinanciera en apoyo a la mujer emprendedora de la ciudad de Riobamba que aporte al desarrollo del cantón y la provincia de Chimborazo.

### **1.5.2. Objetivos específicos**

- Realizar un estudio de mercado para determinar la demanda de créditos para emprendimiento existente en la ciudad de Riobamba.
- Efectuar un estudio técnico, que permita conocer los procesos para la colocación de créditos
- Conocer mediante un estudio legal, todos los requerimientos oficiales que la ley determina, para la creación de la Microfinanciera.
- Determinar mediante un estudio financiero, los costos, inversiones y los posibles resultados a obtener.
- Evaluar mediante fórmulas técnicas financieras los resultados, para determinar la factibilidad del plan.



## CAPÍTULO II

### 2. Análisis situacional

#### 2.1. Matriz de implicados.

Como implicados se señalarán a las personas, grupo de personas u organizaciones, que de una u otra manera están relacionados, en un sentido o en otro, con el cumplimiento de la misión de la organización, los mismos influirán directamente o serán influidos por las decisiones de la organización, de modo positivo o negativo.

**Cuadro Nº 1**  
**Matriz de implicados**

IMPLICADOS	CRITERIOS
<b>Socios. (Dueños)</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Proporcionan el capital.</li><li>• Participan de las utilidades.</li></ul>
<b>Administrador.</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Toman decisiones.</li><li>• Responsables del éxito o del fracaso de la Microfinanciera.</li></ul>
<b>Gobierno.</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Influye con leyes y/o políticas.</li><li>• Ofrece incentivos.</li></ul>
<b>Proveedores.</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Abastecen de suministros para el funcionamiento de la Microfinanciera.</li></ul>
<b>Competidores.</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Obligan a ser competitivos</li></ul>

<b>Trabajadores.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prestan sus servicios.</li> <li>• Reciben un salario.</li> </ul>
<b>Clientes.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consumidores de los productos y servicios financieros.</li> </ul>
<b>Instituciones financieras.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Son una fuente de financiamiento y a la vez competencia</li> </ul>

Realizado por: La Autora

## **2.2. Determinación de los factores externos estratégicos.**

Respecto a los factores externos nos referiremos a índices, características, y situaciones del medio en el que desenvuelve sus actividades la Microfinanciera, para determinar su comportamiento actual y su impacto respecto a la Microfinanciera.

### **2.2.1. Macroentorno**

Al identificar el macroentorno o medio ambiente general estudiaremos las fuerzas que no se puede controlar, es decir que están fuera del alcance de la Microfinanciera y en lo que ella no tiene ningún grado de intervención, básicamente se consideran cuatro aspectos que son los siguientes:

- Factor económico.
- Factor social.
- Factor político - legal.
- Factor tecnológico.

A continuación se presenta una matriz de factores externos, los cuales representan la situación actual, en la que se desenvolverá la Microfinanciera y además se indica los implicados en cada factor.

### 2.2.1.1. Matriz de factores externos económicos

**Cuadro Nº 2**

**Matriz de factores externos económicos**

FACTORES Y SUS DIMENSIONES.	COMPORTAMIENTO	IMPACTO EN LA MICROFINANCIERA	IMPLICADOS
<b>E.1. Recesión económica.</b>  Fase del ciclo económico caracterizado por una contracción en las actividades económicas de consecuencias negativas.	Después de un periodo recesivo a nivel mundial, a la misma se la está dejando atrás, de todas formas se la debe tener en cuenta debido a los factores ambientales – naturales que pueden afectar drástica y desprevénidamente	El impacto es directo, ya que por la recesión no se pueden hacer grandes inversiones tranquilamente, hasta que la situación económica sea confiable y segura.	Gobierno
			Competidores
			Clientes
			Proveedores
<b>E.2. Inflación.</b>  Describe una disminución del valor del dinero en relación a la cantidad de bienes y servicios que se pueden comprar con el mismo.	Su comportamiento se ha mantenido estable, con una leve tendencia a la alta respecto a junio del año anterior 4.28% (2011), la inflación se encuentra en el 5.00% <sup>15</sup> a junio 2012	Afecta directamente ya que el dinero pierde su poder adquisitivo, repercutiendo en el incremento de los precios.	Gobierno
			Competidores
			Clientes
			Proveedores

<sup>15</sup> [http://www.bce.fin.ec/resumen\\_ticker.php?ticker\\_value=inflacion](http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion)

<p><b>E.3. Impuestos.</b></p> <p>Son las contribuciones obligatorias establecidas en la Ley.</p>	<p>El comportamiento de esta variable ha sido estable en lo que se refiere al IVA, y en lo que respecta al impuesto a la renta existe una reducción progresiva de la tarifa en los siguientes términos:</p> <p>Durante el ejercicio fiscal 2011, la tarifa impositiva será del 24%, Durante el ejercicio fiscal 2012, la tarifa impositiva, será del 23%. A partir del ejercicio fiscal 2013, en adelante, la tarifa impositiva será del 22%<sup>16</sup></p>	<p>Afecta directamente y beneficiosamente, pues la Microfinanciera será una compañía y deberá pagar un impuesto a la renta en los términos establecidos, de igual manera beneficiará a sus clientes.</p>	Clientes
			Proveedores
			Gobierno
<p><b>E.4. Tasa activa referencial.</b></p> <p>Es el promedio ponderado semanal de las tasas de operaciones de crédito de entre 84</p>	<p>Esta tasa mantiene un comportamiento estable en relación a otros indicadores, el mismo se ha mantenido por largo tiempo entre 8.17% y</p>	<p>Repercute directamente ya que las mismas son las que permitirán a la Microfinanciera elaborar planes de inversión y proyectos</p>	Gobierno.
			Empresas.

<sup>16</sup> Código de la Producción

y 91 días, otorgadas por todos los bancos privados, al sector corporativo.	9.04% <sup>17</sup>	de ampliación con mayor precisión, además de tenerlas como referencia para la colocación de los créditos.	Sector financiero.
			Competidores.
<b>E.5.</b> <b>Comportamiento del dólar a nivel mundial.</b>  Con qué frecuencia se utiliza esta moneda para transacciones sean internacionales o nacionales.	Esta variable actualmente demuestra como el euro (unidad monetaria de la Unión Europea) le está ganando espacio al dólar, lo que señala una mayor solidez del euro respecto al dólar, y una mayor proyección económica en Europa	No afecta a la Microfinanciera, pero sí de manera general al país, por el hecho de estar dolarizado, y al perder espacio el dólar podemos ver las tendencias mundiales.	Gobierno.
			Empresas.
			Proveedores.

Realizado por: La Autora

<sup>17</sup> [http://www.bce.fin.ec/resumen\\_ticker.php?ticker\\_value=activa](http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=activa)

### 2.2.1.2. Matriz de factores externos sociales

**Cuadro N° 3**

**Matriz de factores externos sociales**

FACTORES Y SUS DIMENSIONES	COMPORTAMIENTO	IMPACTO EN LA MICROFINANCIERA	IMPLICADOS
<b>S.1 Migración interna.</b>  Traslado de personas de un lugar a otro para residir en él.	Existe una amplia tendencia a la migración interna en nuestro país, la gente está saliendo a la ciudad para residir en ella y abandona el campo.	Esta variable tiene un impacto significativo en lo que se refiere a la Microfinanciera pues las mujeres que migran del campo a la ciudad son parte del mercado objetivo de clientes.	Clientes.
			Gobierno
			Trabajadores
<b>S.2 Clase social.</b>  Alta.  Media.  Media – baja.  Baja	Aunque existen esfuerzos por parte del gobierno hay una gran brecha entre las clases sociales, al existir una alta concentración de dinero en manos de unos pocos, y las diferencias con las demás clases son muy amplias.	Existe impacto en la Microfinanciera pues los productos estarán destinados a la clase baja, media baja, y posiblemente la clase media.	Clientes.
			Gobierno
			Trabajadores

<b>S.3. Desempleo.</b>  Muestra el paro forzoso o desocupación de los asalariados que pueden y quieren trabajar pero no encuentran puesto de trabajo	El comportamiento de esta variable en el último semestre ha estado entre 9.09% y 5.07% <sup>18</sup> con tendencia a la baja	Esta variable tiene un impacto que se lo debe tener en cuenta ya que perjudica a potenciales clientes	Trabajadores
			Gobierno
			Competidores

Realizado por: La Autora

### 2.2.1.3. Matriz de factores externos político-legales

**Cuadro Nº 4**

#### **Matriz de factores externos - político legales**

<b>FACTORES Y SUS DIMENSIONES</b>	<b>COMPORTAMIENTO</b>	<b>IMPACTO EN LA MICROFINANCIERA</b>	<b>IMPLICADOS</b>
<b>PL.1. Marco jurídico vigente.</b>  Son las leyes existentes en lo referente a la constitución de la Microfinanciera y permisos para el producto.	Existen trámites jurídicos demandados por la ley tanto para la constitución de una Microfinanciera, como para su normal funcionamiento y prestación de servicios.	No impacta significativamente a la Microfinanciera en lo que se referirá a sus servicios, pero son normas que la misma tendrá que respetar y cumplir	Gobierno
			Microfinanciera

<sup>18</sup> [http://www.bce.fin.ec/resumen\\_ticker.php?ticker\\_value=desempleo](http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=desempleo)

#### 2.2.1.4. Matriz de factores externos tecnológicos

**Cuadro Nº 5**

**Matriz de factores externos - tecnológicos**

<b>FACTORES Y SUS DIMENSIONES</b>	<b>COMPORTAMIENTO</b>	<b>IMPACTO EN LA MICROFINANCIERA</b>	<b>IMPLICADOS</b>
<b>T.1. Telecomunicaciones.</b>  Son las compañías que prestan servicios de comunicación necesarios para el funcionamiento de una empresa	El comportamiento de esta variable es favorable al existir precios descendentes debido a la fuerte competencia existente en el mercado	Facilitará la comunicación de la Microfinanciera con sus clientes y reducirá costos	Proveedores
			Distribuidores
			Trabajadores
<b>T.2. Avance de la tecnología.</b>  Dado por el avance tecnológico a nivel mundial	La mayoría de las instituciones financieras siempre están apuntando a la automatización y aumento de tecnología, lo que hace que existan más proveedores de tecnología y precios más provechosos.	Impacta de buena manera en la Microfinanciera pues brinda posibilidades de automatización y aumento de tecnología.	Proveedores de tecnología
			Competidores



<b>T.3. Acceso al Internet.</b>	En los últimos años la accesibilidad a internet se ha visto incrementada pues su costo se ha reducido considerablemente	Impacta de buena manera pues a través de esto se puede realizar publicidad e inclusive procesos y de igual manera se reducirán los costos	Competidores
			Clientes

Realizado por: La Autora

## 2.2.2. Matriz de prioridades

### 2.2.2.1. Factores económicos

**Cuadro N° 6**

**Matriz de prioridades - factores económicos**

PROBABILIDAD DE OCURRENCIA	<b>Alta</b>	Alta Prioridad	Alta Prioridad	Media Prioridad
	<b>Media</b>	Alta Prioridad E.2. E.3.	Media Prioridad E.1. E.4.	Baja Prioridad E.5.
	<b>Baja</b>	Media Prioridad	Media Prioridad	Media Prioridad
		<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>
		<b>PROBABILIDAD DE IMPACTO</b>		

Realizado por: La Autora

**E.1.** Recesión económica

**E.2** Inflación

**E.3.** Impuestos

**E.4.** Tasa activa referencial

**E.5** Comportamiento del dólar a nivel mundial.

La recesión económica tiene un impacto medio pues esta permite realizar inversiones tranquilamente, hasta que la situación económica sea confiable y segura, en cuanto a su ocurrencia dado que su comportamiento ha sido a la baja no tiene mucha probabilidad de ocurrencia, en cuanto a la inflación considerando que la misma muestra cómo pierde el poder adquisitivo dinero, repercutiendo en los precios tiene un probabilidad de impacto alta pero ocurrencia media pues aunque se ha encontrado estable con una leve tendencia al alza, por otro lado los impuestos tienen un alto impacto en la Microfinanciera al pagar menos en lo que se refiere al impuesto a la renta y una probabilidad de ocurrencia media; en cuanto a la tasa referencial activa su probabilidad de ocurrencia es media y su impacto medio, y por último el tipo de cambio del dólar, aunque tiene probabilidad de ocurrencia media, no impacta significativamente en la Microfinanciera.

#### 2.2.2.2. Factores sociales

**Cuadro N° 7**

**Matriz de prioridades - factores sociales**

<b>PROBABILIDAD DE OCURRENCIA</b>	<b>Alta</b>	Alta Prioridad  <b>S.1.</b>  <b>S.2.</b>	Alta Prioridad	Media Prioridad
	<b>Media</b>	Alta Prioridad <b>S.3.</b>	Media Prioridad	Baja Prioridad
	<b>Baja</b>	Media Prioridad	Media Prioridad	Media Prioridad
		<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>
		<b>PROBABILIDAD DE IMPACTO</b>		

Realizado por: La Autora

**S.1** Migración interna

**S.2** Clase social

**S.3** Desempleo

Dentro de los aspectos sociales podemos observar que los factores considerados tienen una probabilidad de impacto alta, aunque con probabilidades de ocurrencia diferentes, pues la migración interna y las clases sociales tienen probabilidad de ocurrencia alta y el desempleo media.

### 2.2.2.3. Factores políticos

**Cuadro N° 8**

**Matriz de prioridades - factores políticos**

<b>PROBABILIDAD DE OCURRENCIA</b>	<b>Alta</b>	Alta Prioridad	Alta Prioridad	Media Prioridad
	<b>Media</b>	Alta Prioridad	Media Prioridad <b>PL.1.</b>	Baja Prioridad
	<b>Baja</b>	Media Prioridad	Media Prioridad	Media Prioridad
		<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>
		<b>PROBABILIDAD DE IMPACTO</b>		

Realizado por: La Autora

#### **PL.1** Marco jurídico vigente

Dentro de lo que se refiere a factores políticos, se ha determinado que el marco jurídico vigente tiene una ocurrencia media y una probabilidad de impacto medio ya que el marco jurídico debe ser estable para que no produzca incertidumbre dentro de lo que se refiere a toma de decisiones en cuanto a aspectos técnicos y legales.

#### 2.2.2.4. Factores tecnológicos

**CUADRO Nº 9**

**Matriz de prioridades factores - tecnológicos**

<b>PROBABILIDAD DE OCURENCIA</b>	<b>Alta</b>	Alta Prioridad  <b>T.1</b>  <b>T.2</b>  <b>T.3</b>	Alta Prioridad	Media Prioridad
	<b>Media</b>	Alta Prioridad	Media Prioridad	Baja Prioridad
	<b>Baja</b>	Media Prioridad	Media Prioridad	Media Prioridad
		<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>
		<b>PROBABILIDAD DE IMPACTO</b>		

Realizado por: La Autora

**T.1.** Telecomunicaciones

**T.2.** Avance de la tecnología

**T.3.** Acceso al Internet.

Los factores tecnológicos son de gran importancia para la Microfinanciera, pues impactan de buena manera, empezando por las telecomunicaciones que le permitirán abaratar los costos de comunicación.

### 2.3. Matriz de perfiles estratégicos externos.

**CUADRO Nº 10**  
**Matriz de perfiles estratégicos externos.**

	AMENAZA		NORMAL	OPORTUNIDAD	
Factor	Gran amenaza	Amenaza	N	Oportunidad	Gran oportunidad
Recesión económica.		1			
Inflación.		1			
Impuestos.					1
Tasa Activa				1	
Cotización del dólar.			1		
Migración interna.				1	
Clase social.				1	
Desempleo.		1			
Marco jurídico vigente.			1		
Telecomunicaciones					1
Avance de la tecnología.					1
Acceso a Internet					1
Suma	0	3	2	3	4
PORCENTAJE	0%	25%	17%	25%	33%

## ANÁLISIS

La matriz de perfiles estratégicos muestra la identificación de los factores reconociendo su impacto en la empresa como una amenaza, una oportunidad o con un impacto normal hacia la misma.

Dentro de la matriz se observa que existe:

Gran amenaza	<b>0%</b>
Amenaza	<b>25%</b>
N	<b>17%</b>
Oportunidad	<b>25%</b>
Gran oportunidad	<b>33%</b>

Por lo tanto se puede apreciar que la situación actual en función de las variables macroeconómicas tiene muchas ventajas pues existe un gran porcentaje de oportunidades que pueden ser aprovechadas para el proyecto, teniendo en consideración que hay amenazas que se deben tener en cuenta.

### 2.2.3.1. Capacidad de respuesta a factores estratégicos externos

**Cuadro N° 11**  
**Capacidad de respuesta a factores estratégicos externos**

FACTOR	Peso del impacto		Valoración de la capacidad de respuesta	Valor ponderado de la respuesta
	Importancia ponderada	Peso específico		
<b>Recesión económica.</b>	13	0,06	3	0,19
<b>Inflación.</b>	17	0,08	3	0,24
<b>Impuestos.</b>	20	0,10	4	0,38
<b>Tasa Activa</b>	18	0,09	4	0,34
<b>Cotización del dólar.</b>	14	0,07	3	0,20
<b>Migración interna.</b>	18	0,09	3	0,26
<b>Clase social.</b>	18	0,09	3	0,26
<b>Desempleo.</b>	19	0,09	2	0,18
<b>Marco jurídico vigente.</b>	12	0,06	4	0,23
<b>Telecomunicaciones</b>	20	0,10	4	0,38
<b>Avance de la tecnología.</b>	20	0,10	4	0,38
<b>Acceso a Internet</b>	20	0,10	4	0,38
<b>Total</b>	209	1,00	-	<b>3,44</b>

Realizado por: La Autora



En lo que se refiere a la importancia ponderada se ha tomado como valor máximo de calificación 20.

La escala de la capacidad de respuesta es:

1. Pobre
2. Bajo lo normal
3. Normal
4. Sobre lo normal
5. Alto

La capacidad de respuesta a los factores externos que tendrá la Microfinanciera es normal.

#### 2.2.4. Estrategias

**Cuadro N° 12**

**FODA**

Oportunidades	Amenazas
<b>Impuestos</b>  <b>Tasa activa</b>  <b>Migración interna</b>  <b>Case social</b>  <b>Avance de la tecnología</b>  <b>Telecomunicaciones</b>  <b>Acceso a internet</b>	<b>Recesión económica</b>  <b>Inflación.</b>  <b>Desempleo</b>
ESTRATEGIAS	
Planificar planes de endeudamiento y aprovechar la estabilidad de la tasa activa.  Enfocar esfuerzos a la captación de clientes que hayan migrado a Riobamba  Aprovechar el avance de la tecnología y acceso a internet para reducir los costos de comunicación y publicidad	Realizar análisis de crédito poniendo énfasis en el desempleo como riesgo de impago, al igual que a la inflación.

Realizado por: La Autora

## **CAPÍTULO III**

### **3. Propuesta**

#### **3.1 Estudio de mercado**

##### **3.1.1 Introducción**

El estudio de mercado es un factor categórico en el alcance de las metas de una empresa pues el producto o servicio se lo debe saber colocar en el mercado en el cual se lo va a vender.

El lugar físico donde vamos a vender el producto o servicio, se lo denomina mercado y es cualquier persona o grupo de ellas con los que un individuo u organización pueda tener una relación de intercambio; en dicho sitio concurren las fuerzas de la oferta y la demanda, para realizar transacciones a un precio determinado.

Dentro del presente estudio se analizará primeramente la demanda, que es la cantidad de producto que los consumidores están dispuestos a adquirir, tomando como referencia la demanda histórica, y en base a encuestas determinar la demanda actual para proyectar una demanda futura.

También se estudiará la oferta, que es la cantidad de productos que está disponible en el mercado, los precios y los canales de distribución más óptimos para comercializar el producto.

Finalmente se determinarán las estrategias de marketing más adecuadas, económicas y eficientes, que nos permitan dar a conocer el producto y así lograr un posicionamiento estable en el mercado.

### **3.1.2. Objetivo del estudio de mercado**

#### **3.1.2.1. Objetivo general**

Obtener información que permita conocer al mercado objetivo y que sirva de base para la realización de los demás estudios estructurados para el proyecto.

#### **3.1.2.2. Objetivos específicos**

- Determinar la demanda.
- Determinar la motivación de los clientes para la adquisición de un crédito.
- Establecer el monto de crédito que el mercado objetivo desearía obtener.
- Conocer las preferencias de pago.

### **3.1.3. Determinación del mercado objetivo**

Se ha determinado como mercado objetivo a la población de mujeres de Riobamba 18 hasta 65 años.

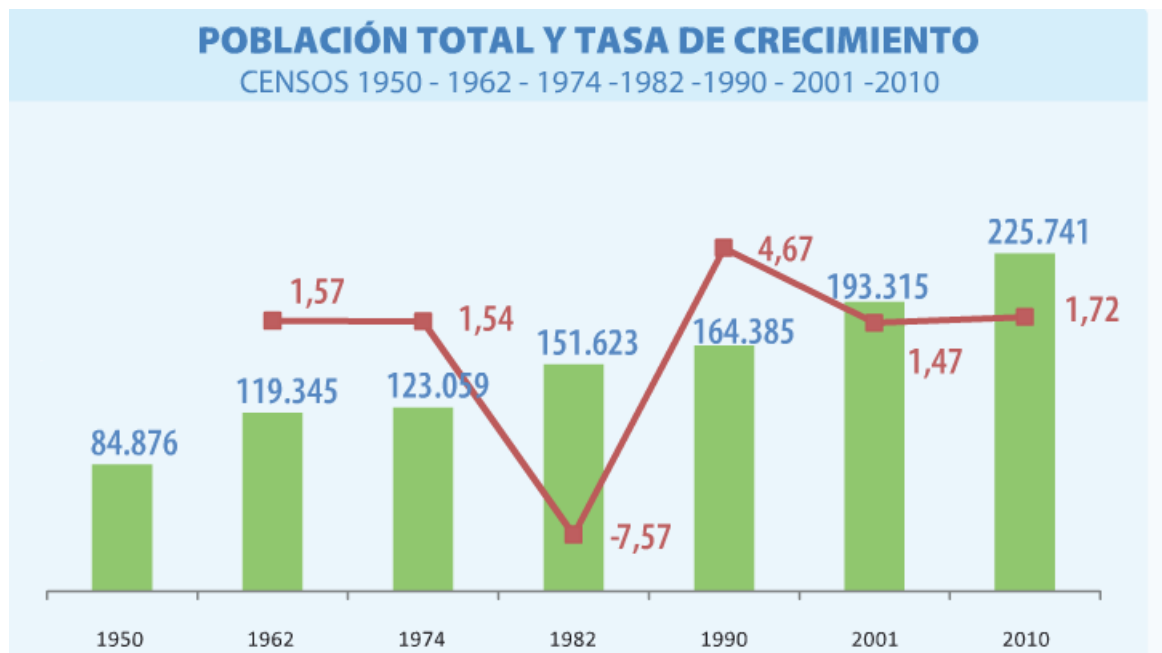
#### **3.1.3.1. Población urbana**

La población de Riobamba según el INEC para el año 2010 fue de 225.741 habitantes entre hombres y mujeres, la tasa de crecimiento es del 1.72%.<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup>[http://www.inec.gob.ec/cpv/index.php?option=com\\_wrapper&view=wrapper&Itemid=49&lang=es](http://www.inec.gob.ec/cpv/index.php?option=com_wrapper&view=wrapper&Itemid=49&lang=es)

**Figura N° 3**  
**Población urbana**



**Fuente:** [http://www.inec.gob.ec/cpv/index.php?option=com\\_wrapper&view=wrapper&Itemid=49&lang=es](http://www.inec.gob.ec/cpv/index.php?option=com_wrapper&view=wrapper&Itemid=49&lang=es)

**Figura N° 4**  
**Resultados del censo de población por hombres y mujeres 2010**



**Fuente:** <http://www.inec.gob.ec/cpv/>

### 3.1.3.2. Matriz de proyección de la población de Riobamba

Para la proyección de los habitantes de Riobamba, se utilizará la tasa de crecimiento poblacional que es del 1.72%

**Cuadro N° 13**  
**Matriz de proyección de la población de Riobamba**

Año	Hombres	Mujeres	Total
2010	106.840	118.901	225.741
2011	108.678	120.946	229.624
2012	110.547	123.026	233.573

Realizado por: La Autora  
Fuente: INEC

### 3.1.3.3. Mercado objetivo

El mercado objetivo para el año 2012, considerando que el porcentaje de mujeres de 18 a 65 años es del 56.6% será de 69.632 mujeres.

### 3.1.4. Estudio de la demanda

El estudio de la demanda se lo realizó en base a encuestas, debido a la falta de información en el cantón de Riobamba sobre colocación de créditos en mujeres y así obtener una posible demanda de los créditos.

Dichas encuestas fueron elaboradas en base a las siguientes características:

- Se evitó la identificación del encuestado.

- Las preguntas fueron de tipo cerradas para que el entrevistado no pueda emitir juicios que dificulten la tabulación de los datos obtenidos.
- En preguntas de tipo cuantitativos se formuló en rangos definidos.
- El cuestionario no contuvo un número excesivo de preguntas para facilitar el manejo de datos y mantener la atención del entrevistado.

Un aspecto importante para asegurar que los resultados de la encuesta sean representativos es la definición del tamaño de la muestra, es decir su dimensionamiento. Para el objeto es necesario conocer las características de la muestra y de acuerdo a ellas, definir el grado o nivel de significación o confiabilidad estadística y por tanto el nivel de error máximo que se asume. En la mayoría de investigaciones de tipo económico es frecuente asumir un nivel de error de un 5% y un nivel de confiabilidad del 95%.

$$n = \frac{N\sigma^2 Z^2}{(N-1)e^2 + \sigma^2 Z^2}$$

“En donde:

n = el tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población.

$\sigma$  = Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5.

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96 (como más usual)

$e^2$  : Error bajo un determinado nivel de confianza.”<sup>20</sup>

---

<sup>20</sup>GALINDO Edwin. Estadística para la Administración y la Ingeniería, Gráficas Mediavilla Hnos.1999.

En base a la población total del cantón Pallatanga, y con un porcentaje de error del 5% se procede a remplazar los valores en la formula y se obtiene el numero óptimo de encuestas a realizar.

$$n = \frac{69632 * 0.5^2 * 1.96^2}{(69632 - 1)0.05^2 + 0.5^2 * 1.96^2}$$

$$n = \frac{66874.57}{174,0775 + 0.9604}$$

$$\frac{66874.57}{175,0379}$$

$$n = 382.06$$

El número de encuestas a realizar es 382.

### 3.1.5. Demanda actual

El mercado objetivo para el año 2012 es de 69632 mujeres de entre 18 y 65 años de edad, en la encuesta que se realizó, en la pregunta n° 9 (Anexo 1) los resultados tabulados muestran que el 61% de las encuestadas adquirirían un microcrédito para emprender o financiar su negocio, por lo tanto la demanda actual seria de 42476 mujeres.

**Cuadro N° 14**  
**Demanda actual**

AÑO	POBLACIÓN	DEMANDA
2012	69632	42476

Realizado por: La Autora



La demanda futura se basa en la proyección del crecimiento de la población de la ciudad de Riobamba, que es del 1.72% anual.

**Cuadro N° 15**  
**Demanda proyectada**

<b>Año</b>	<b>Población</b>	<b>Demanda</b>
<b>2012</b>	69632	42476
<b>2013</b>	70830	43207
<b>2014</b>	72048	43950
<b>2015</b>	73287	44706
<b>2016</b>	74548	45475
<b>2017</b>	75830	46257

Realizada por: La Autora

### **3.1.6. Oferta**

Como oferta se mostraran las principales instituciones financieras que proveen de microcréditos y que están dentro del régimen de economía popular y solidaria:

- COOPERATIVA INDÍGENA SAC LTDA.
- INSOTEC
- COOPERATIVA CAMPESINA COOPAC
- COAC ACCIÓN RURAL
- COOPERATIVA 29 DE OCTUBRE

- CEPESIU
- COAC FERNANDO DAQUILEMA
- CODESARROLLO
- COAC 4 DE OCTUBRE
- COAC NUEVA ESPERANZA
- COAC MINGA
- COAC LLANKAK RUNA LTDA.
- COAC AMAZONAS
- COAC EL BUEN SAMARITANO LTDA.
- COAC SAN JORGE LTDA.
- COAC CHIBULEO LTDA.
- COAC EDUCADORES DE CHIMBORAZO LTDA.
- COAC CRECER WIÑARI
- COAC CHIMBORAZO
- COAC SHOBOL LLIN LLIN LTDA.
- COAC ACCIÓN Y DESARROLLO
- COAC CÁMARA DE LA PEQUEÑA EMPRESA DE COTOPAXI
- COAC CACHA LTDA.

### **3.1.7. Demanda insatisfecha**

Para el calculo de la demanda insatisfecha, considerando la dificultad para obtener la oferta del estrecho mercado objetivo que existe, se ha tomado de la pregunta 8 de la encuesta que hacer referencia a las mujeres que pidieron el credito y luego de hizo el calculo sobre el porcentaje de las personas que pidiendo el credito no les fue otorgado.

**Cuadro N° 16**  
**Demanda insatisfecha**

<b>Población</b>	<b>69632</b>	
Personas que han solicitado crédito (1)	<b>71%</b>	<b>49439</b>
Personas a las que <b>NO</b> les han otorgado el crédito solicitado (2)	<b>78%</b>	<b>38562</b>

Realizado por: La Autora

(1) Pregunta 8 Anexo 2

(2) Pregunta 9 Anexo 3

Por lo tanto la demanda insatisfecha obedeciendo al fundamento de la misma, que es la demanda que no ha sido cubierta por la oferta serán 38562 mujeres.

### **3.1.8. Marketing**

El marketing se lo puede definir como el proceso por el cual el mercado objetivo se entera de la oferta de bienes y servicios de una empresa y puede ser a través de publicidad, promoción, televisión, muestras gratis, venta directa, folletos, internet. A través de estas formas publicidad se busca despertar el interés del mercado y generar la decisión de compra de los clientes.

Los factores importantes a considerar dentro del marketing se refieren a definir un mensaje claro, fácilmente entendible y acorde al tipo de producto y mercado, para así ser aplicado a través de la combinación de diferentes tipos de medios para lograr el impacto en los clientes.

El mensaje debe comunicar los beneficios y no las características de los productos pues al cliente no le interesa como está estructurado el producto

sino más bien la manera en la que el mismo puede satisfacer sus necesidades.

La combinación de medios hace referencia al uso de televisión, radio, prensa, medios impresos, correo directo, internet, televisión, ventas directas, que son los mejores canales de comunicación y mercadeo pues con el mismo esfuerzo se realiza un análisis de la competencia.

Por último, la evaluación de la comunicación se realiza a través del análisis de la imagen generada, el posicionamiento logrado, el nivel de conocimiento de los productos y finalmente, pero no menos importante, el volumen y valor de las ventas generadas.

“Es importante recalcar que clientes satisfechos promueven “sin costo” los bienes y servicios, por lo que la calidad del servicio (pre y postventa) que se entregue será el determinante de un mayor consumo de productos por el impulso generado en la demanda del mismo. Si el servicio al cliente es deficiente, los clientes serán los primeros en realizar una promoción negativa del producto y del proyecto generando un gran costo pues es más fácil conseguir un nuevo cliente que recuperar uno que ha dejado de consumir el producto”.<sup>21</sup>

La ventaja competitiva de la Microfinanciera consiste en ser la única que se dirigirá exclusivamente a mujeres y que ofrece servicios diseñados hacia este mercado en específico.

Para escoger el medio o medios adecuados para promocionar el producto se ha considerado el alcance y costo que ofrecen dichos medios, de forma que no impacte en gran proporción a los costos de la empresa.

Finalmente se escogió los siguientes medios para publicitar el producto:

- **Venta directa:** Es contrataran agentes que promocionen los productos y servicios de la Microfinanciera, dando servicio en el domicilio de las

---

<sup>21</sup> CRUZ Luis, GUZMAN Oscar, NOBOA Paul. Diseño y Evaluación de Proyectos de Inversión: Una aplicación práctica. Ed. Asociación María Augusta. I Ed. Quito-Ecuador 2002. Pp43

mujeres, en donde se les explicará los 2 tipos de microcréditos que se ofrecen, procedimientos y toda la información necesaria para que las clientes conozcan perfectamente el servicio, además se buscará establecer un módulo en lugares estratégicos para la promoción y proporción de información.

- **Trípticos:** Los trípticos estarán enfocados a brindar información de la Microfinanciera como sus productos, ubicación y se describirán brevemente los beneficios más importantes, así como los requisitos para poder adquirir el microcrédito.
- **Página Web:** La cual mostraran información, servicios y contactos de la Microfinanciera.

## **3.2. Estudio técnico**

### **3.2.1. Introducción**

En el estudio técnico se determinan todos los aspectos relacionados con la ingeniería del proyecto, el proceso de colocación de crédito, la localización, tamaño de la empresa, equipo a utilizar. Para realizar dichos puntos se requiere la información obtenida en el estudio de mercado, también se profundizara en los aspectos de tipo legal, como son las leyes que sirven de marco legal.

### **3.2.2. Objetivos**

#### **3.2.2.1. Objetivo general**

Determinar en base a los datos obtenidos previamente en el estudio de mercado, los recursos y requisitos técnico-legales necesarios para montar la Microfinanciera en la ciudad de Riobamba.

#### **3.2.2.2. Objetivos específicos:**

- Determinar el tamaño de la Microfinanciera.
- Delimitar la ubicación de la Microfinanciera.
- Describir la ingeniería de la colocación de los créditos.
- Definir el equipo más adecuado y donde se lo puede adquirir.

#### **3.2.3. Tamaño del proyecto.**

El tamaño de una empresa es dado por varios factores entre los que se pueden detallar:

- La tecnología
- El mercado
- Cantidad de personal
- Inversión
- Capital

De forma general considerando que se utilizará tecnología adecuada, el mercado es pequeño pues se abarcará únicamente en principio el cantón de Riobamba, la cantidad de personal a trabajar en la Microfinanciera no sobrepasarán las 10 personas y el capital necesario en comparación con instituciones similares será bajo, por lo que el tamaño de la Microfinanciera en un inicio se lo considerará pequeño.

#### **3.2.4. Localización**

La localización de la Microfinanciera tiene relación con aspectos tecnológicos, ambientales, legales, ubicación de proveedores, competidores entre otros que en fin tienen un gran peso al momento de definir la localización de la misma.

Una adecuada localización permitirá potenciar los posibles resultados positivos del proyecto, por el contrario, un error en la localización no tiene el carácter de reversible o su costo es extremadamente alto.

La definición del lugar adecuado para la Microfinanciera tiene dos etapas denominadas macro y micro localización. En la primera se establece el ámbito regional y en la segunda la ubicación exacta del predio donde se instalará el proyecto.

#### **3.2.4.1. Macrolocalización**

La Macrolocalización de la Microfinanciera será en el Ecuador, provincia del Chimborazo, en la ciudad de Riobamba.

**Figura N° 5**  
**Macrolocalización**



#### **3.2.4.2. Microlocalización**

Los principales aspectos para definir una ubicación óptima serán:

- Disponibilidad de suministros
- El mercado objetivo.

- Disponibilidad de personal, su costo, calificación, cantidad.
- Existencia de vías de acceso.
- Existencia de infraestructura
- Disposiciones legales o prohibiciones municipales.
- Seguridad.
- Costo.

**Cuadro N° 17**  
**Matriz de localización**

<b>Factor</b>	<b>Peso</b>	<b>Calificación "A"</b>	<b>Ponderación "A"</b>	<b>Calificación "B"</b>	<b>Ponderación "B"</b>
Disponibilidad de suministros	0,08	10	0,8	10	0,8
El mercado objetivo.	0,18	8	1,44	8	1,44
Disponibilidad de personal, su costo, calificación, cantidad.	0,12	7	0,84	7	0,84
Existencia de vías de acceso.	0,12	10	1,2	9	1,08
Existencia de infraestructura	0,13	9	1,17	6	0,78
Disposiciones legales o prohibiciones municipales.	0,1	10	1	10	1
Seguridad	0,15	8	1,2	8	1,2
Costo	0,12	9	1,08	8	0,96
	1		8,73		8,1

Realizado por: La Autora



**“A” Olmedo entre Alvarado y Almagro**

**“B” 10 de agosto y Joaquín Chiriboga**

Se ha determinado que el mejor lugar para la ubicación de la Microfinanciera es en la Olmedo entre las calles Alvarado y Almagro, se debe tener en consideración que por circunstancias que no son controlables se puede cambiar la ubicación y es recomendable utilizar la tabla anterior con el método de ponderaciones.

### 3.2.5. Productos y servicios

A continuación se detallarán los aspectos relacionados a los productos y servicios que ofrecerá la Microfinanciera, considerando la existencia de mayor riesgo se han formulado algunos productos y servicios que comprenden tácticas que minimizan el riesgo.

En cuanto a las tasas se utilizaran como referencia las máximas expuestas por el Banco Central del Ecuador.

**Cuadro N° 18**  
**Tasas de Interés referenciales**

Tasas de Interés			
SEPTIEMBRE 2012 (*)			
1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	% anual
Productivo Corporativo	8.17	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.53	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.20	Productivo PYMES	11.83
Consumo	15.91	Consumo	16.30
Vivienda	10.64	Vivienda	11.33
Microcrédito Acumulación Ampliada	22.44	Microcrédito Acumulación Ampliada	25.50
Microcrédito Acumulación Simple	25.20	Microcrédito Acumulación Simple	27.50
Microcrédito Minorista	28.82	Microcrédito Minorista	30.50

Fuente: Banco Central del Ecuador

### **3.2.5.1. Producto: Confiamiga**

Este producto financiero se otorga a grupos de entre 6 a 8 mujeres, y aunque el crédito es grupal, a cada una de las acreditadas se les presta la misma cantidad de efectivo de forma individual, para el desarrollo de distintas actividades económicas, y de esta forma apoyar el crecimiento del grupo. Es importante mencionar que en la situación de que alguna integrante del grupo no pueda continuar pagando, es responsabilidad de las demás integrantes responder por ese pago hasta que se salde la deuda.

El grupo además debe organizarse y asignar 2 puestos dentro del mismo:

#### **Presidenta**

Encargada de motivar, monitorear, alentar y hacer recordatorios al grupo.

#### **Tesorera**

Encargada de recoger y guardar el dinero hasta el momento de la entrega.

En este crédito no se necesitaran garantes, el grupo firmará pagares y una carta, donde las participantes se comprometen a llevar acabo sus actividades y a realizar el pago conforme lo antes establecido.

#### **Monto y forma de pago**

En las formas de pago se detallaran los ciclos de los pagos y la frecuencia, así como el monto a otorgar como se muestra a continuación.

- Monto máximo \$600 dólares, el cual irá incrementándose dependiendo el historial crediticio del grupo.
- La frecuencia de pago es semanal
- El plazo de pago es de 16 semanas (4 meses)
- La tasa de interés será del 22% anual

**Cuadro N° 19****Tabla de amortización producto: Confiamiga**

Semana	Deuda	Interés	Amortización	Cuota Fija
<b>1</b>	\$ 600,00	\$ 2,54	\$ 36,32	\$ 38,86
<b>2</b>	\$ 563,68	\$ 2,38	\$ 36,48	\$ 38,86
<b>3</b>	\$ 527,20	\$ 2,23	\$ 36,63	\$ 38,86
<b>4</b>	\$ 490,57	\$ 2,08	\$ 36,79	\$ 38,86
<b>5</b>	\$ 453,78	\$ 1,92	\$ 36,94	\$ 38,86
<b>6</b>	\$ 416,84	\$ 1,76	\$ 37,10	\$ 38,86
<b>7</b>	\$ 379,74	\$ 1,61	\$ 37,26	\$ 38,86
<b>8</b>	\$ 342,48	\$ 1,45	\$ 37,41	\$ 38,86
<b>9</b>	\$ 305,07	\$ 1,29	\$ 37,57	\$ 38,86
<b>10</b>	\$ 267,49	\$ 1,13	\$ 37,73	\$ 38,86
<b>11</b>	\$ 229,76	\$ 0,97	\$ 37,89	\$ 38,86
<b>12</b>	\$ 191,87	\$ 0,81	\$ 38,05	\$ 38,86
<b>13</b>	\$ 153,82	\$ 0,65	\$ 38,21	\$ 38,86
<b>14</b>	\$ 115,61	\$ 0,49	\$ 38,37	\$ 38,86
<b>15</b>	\$ 77,24	\$ 0,33	\$ 38,54	\$ 38,86
<b>16</b>	\$ 38,70	\$ 0,16	\$ 38,70	\$ 38,86
<b>Total</b>		\$ 21,80	\$ 600,00	\$ 621,80

Realizado por: La Autora

Como se puede observar en la tabla de amortización bancaria generada, el interés por los 600 dólares al final de los 4 meses habrá sido de apenas \$21.80 y las cuotas semanales serán de \$38,86 dólares.

### **Beneficios**

Dentro de los beneficios que las mujeres que se acogen a este tipo se tiene:

- Las acreditadas tienen la oportunidad de ir incrementando su crédito conforme se van desarrollando en la actividad que realicen.
- Los pagos y la tasa son fijas.
- Se les brinda asesoría personalizada a cada grupo, la cual consiste en explicarles el mecanismo de formas y tiempos de pagos, así como llevar un monitoreo del proceso para que no se pierda el compromiso.

### **Requisitos**

Los requisitos con los que deben contar las mujeres que quieran acceder a los microcréditos solidarios de Confiamiga, son los siguientes.

- Mujer de 18 a 65 años.
- Cedula de Ciudadanía.
- Comprobante de domicilio.
- Carta de compromiso del grupo de mujeres.

#### **3.2.5.2. MaxiMujer**

Este producto financiero va dirigido a mujeres que cuentan con un negocio ya establecido. Este servicio está enfocado principalmente a personas que quieran acelerar, invertir, surtir o mejorar su negocio.

## Formas de Pago

Las características de los microcréditos obtenidos en la modalidad de MaxiMujer se describen a continuación.

- Monto del crédito va a partir de los \$ 600 hasta los 1000 e irá incrementando dependiendo el historial crediticio del cliente.
- La frecuencia de pago es semanal o mensual
- El periodo de pago es 16 semanas o 4 meses.
- La tasa de crédito es del 20% anual

**Cuadro Nº 20**

**Tabla de amortización Producto: MaxiMujer préstamo semanal**

Semana	Deuda	Interés	Amortización	Cuota Fija
1	\$ 1.000,00	\$ 4,23	\$ 60,54	\$ 64,77
2	\$ 939,46	\$ 3,97	\$ 60,80	\$ 64,77
3	\$ 878,66	\$ 3,72	\$ 61,05	\$ 64,77
4	\$ 817,61	\$ 3,46	\$ 61,31	\$ 64,77
5	\$ 756,30	\$ 3,20	\$ 61,57	\$ 64,77
6	\$ 694,73	\$ 2,94	\$ 61,83	\$ 64,77
7	\$ 632,89	\$ 2,68	\$ 62,09	\$ 64,77
8	\$ 570,80	\$ 2,41	\$ 62,36	\$ 64,77
9	\$ 508,44	\$ 2,15	\$ 62,62	\$ 64,77
10	\$ 445,82	\$ 1,89	\$ 62,89	\$ 64,77

<b>11</b>	\$ 382,94	\$ 1,62	\$ 63,15	\$ 64,77
<b>12</b>	\$ 319,79	\$ 1,35	\$ 63,42	\$ 64,77
<b>13</b>	\$ 256,37	\$ 1,08	\$ 63,69	\$ 64,77
<b>14</b>	\$ 192,68	\$ 0,82	\$ 63,96	\$ 64,77
<b>15</b>	\$ 128,73	\$ 0,54	\$ 64,23	\$ 64,77
<b>16</b>	\$ 64,50	\$ 0,27	\$ 64,50	\$ 64,77
<b>Total</b>		\$ 36,34	\$ 1.000,00	\$ 1.036,34

Realizado por: La Autora

#### **Cuadro Nº 21**

##### **Tabla de amortización Producto: MaxiMujer préstamo mensual**

Mes	Deuda	Interés	Amortización	Cuota Fija
<b>1</b>	\$ 1.000,00	\$ 18,33	\$ 243,23	\$ 261,56
<b>2</b>	\$ 756,77	\$ 13,87	\$ 247,69	\$ 261,56
<b>3</b>	\$ 509,08	\$ 9,33	\$ 252,23	\$ 261,56
<b>4</b>	\$ 256,85	\$ 4,71	\$ 256,85	\$ 261,56
<b>Total</b>		\$ 46,25	\$ 1.000,00	\$ 1.046,25

Realizado por: La Autora

#### **Garantía**

Se pedirá a las empresarias que firmen un pagaré como garantía de su préstamo, en caso que la deuda no sea cubierta, se procederá a respaldarla con los activos fijos del negocio.

#### **Beneficios**

- Las acreditadas tienen la oportunidad de ir incrementando su crédito conforme su empresa va creciendo.
- Los pagos y la tasa son fijas
- Se les brinda asesoría personalizada, la cual consiste en explicar el mecanismo de formas y tiempos de pagos, así como llevar un monitoreo del proceso para que no se pierda el compromiso.

### **Requisitos**

Los requisitos con los que deben contar las mujeres que quieran acceder a los microcréditos, son los siguientes.

- Mujer de 18 a 50 años.
- Contar con negocio propio.
- Presentar cedula de ciudadanía.
- Comprobante de domicilio.
- Comprobante de domicilio del negocio.

### **Asesorías**

Se brindaran asesorías gratuitas a los clientes de la Microfinanciera en lo referente al manejo de la deuda y costos principalmente.

### **3.2.6. Equipo**

En cuanto a los equipos para poner en marcha la Microfinanciera se tendrán:

- Computadoras
- Mobiliario
- Teléfonos
- Software

### 3.2.7. Personal

En este apartado se procederá a cuantificar el costo del personal que prestará sus servicios dentro de la Microfinanciera.

**Cuadro N° 22**

**Sueldos**

N°	Cargo	Sueldo a pagar
1	Gerente de Agencia	\$ 300,00
1	Cajero	\$ 292,00
1	Asistente de Crédito	\$ 292,00
1	Guardia	\$ 292,00

Realizado por: La Autora

Considerando que el puesto de gerencia requiere responsabilidad se ha tomado la decisión de pagar un sueldo más alto, en función además de la experiencia de los postulantes.

**Cuadro N° 23**

**Cuantificación anual de Sueldos**

Personal	Sueldo	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Aporte IESS	Sueldo	Anual
Gerente de agencia	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 325,45	\$ 36,45	\$ 336,45	\$ 4.662,85
Cajero 1	\$ 292,00	\$ 292,00	\$ 292,00	\$ 35,48	\$ 327,48	\$ 4.513,74
Guardia	\$ 292,00	\$ 292,00	\$ 292,00	\$ 35,48	\$ 327,48	\$ 4.513,74



<b>Asistente de Crédito 1</b>	\$ 292,00	\$ 292,00	\$ 292,00	\$ 35,48	\$ 327,48	\$ 4.513,74
-------------------------------	-----------	-----------	-----------	----------	-----------	-------------

Realizado por: La Autora

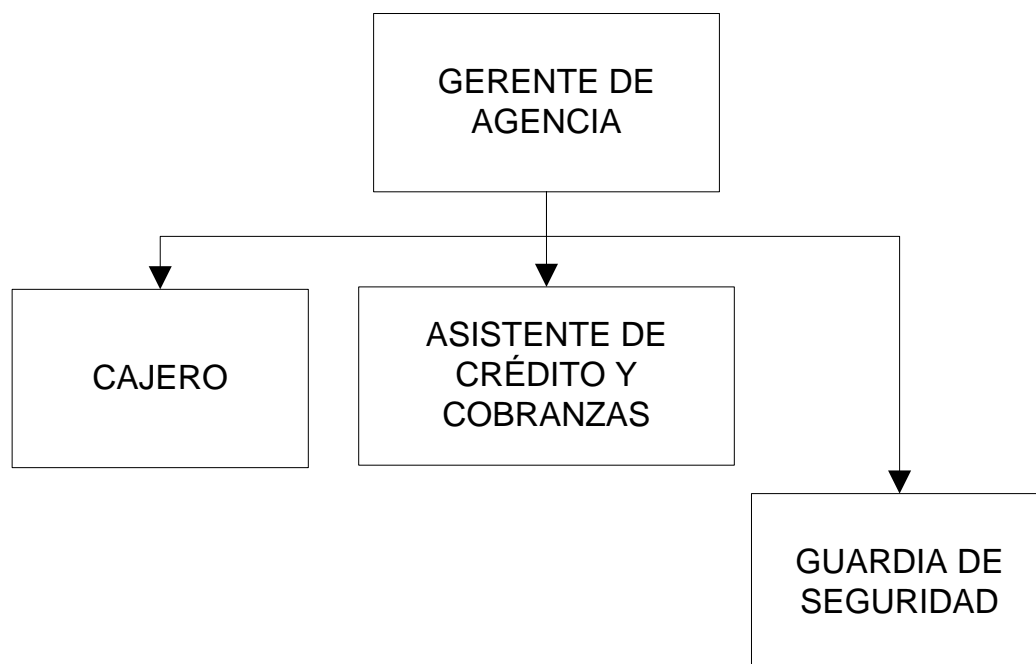
Fuente: Cuadro 22

### 3.2.8. Estructura organizacional

La estructura organizacional es el marco en el que se desenvuelve la organización, de acuerdo con el cual las tareas son divididas, agrupadas, coordinadas y controladas, para el logro de objetivos, de ahí que en esta se describen los puestos existentes dentro de la Microfinanciera y las funciones que se desenvuelven en cada una de estas.

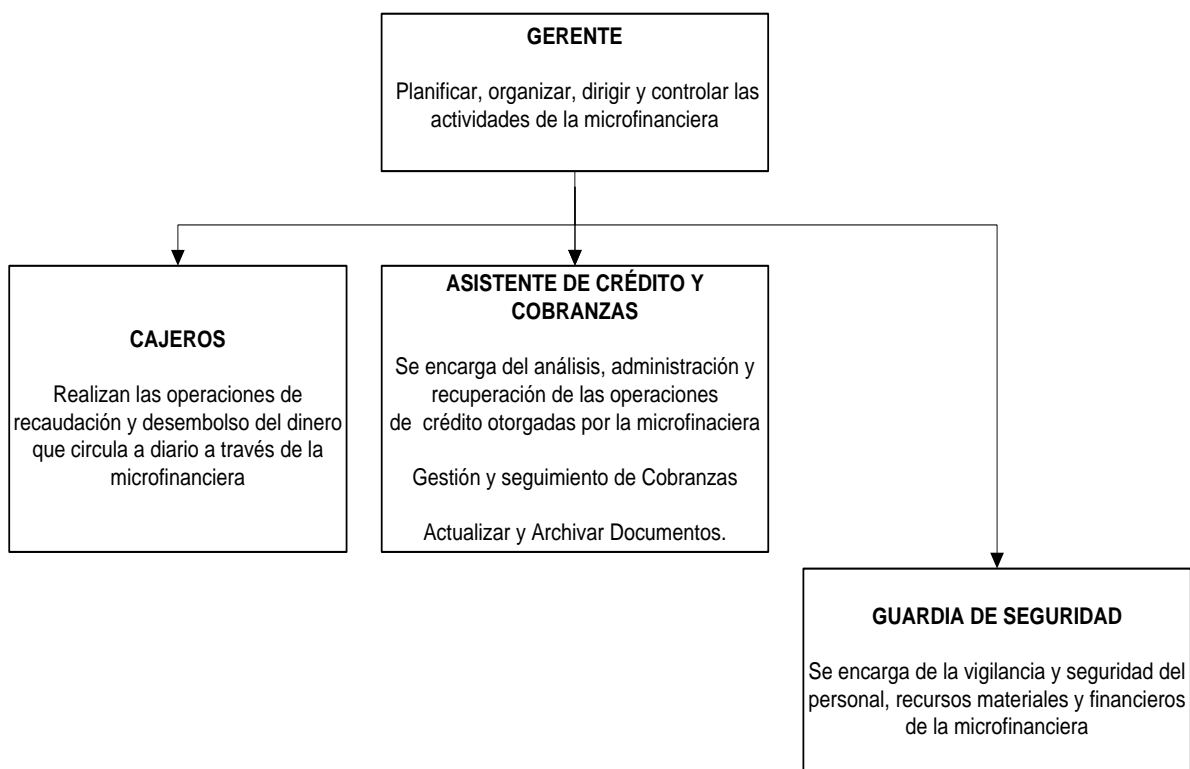
**Figura N° 6**

#### **Organigrama estructural**



Realizado por: La Autora

**Figura N° 7**  
**Organigrama funcional**



Realizado por: La Autora

### **3.3. Lineamientos estratégicos**

#### **3.3.1. Diseño de la misión.**

“La misión es el objetivo supremo de la empresa, y expresa de manera muy general lo que quiere alcanzar la organización en función de sus aspiraciones y en cuanto a su papel en la sociedad.”<sup>22</sup>

La misión se ha diseñado tomando en consideración las siguientes preguntas.

##### **¿Qué hace la organización?**

Brindar financiamiento a la mujer emprendedora de la ciudad de Riobamba

##### **¿Para qué?**

Para impulsar la creación y desarrollo de negocios.

##### **¿Cómo?**

A través de la colocación de préstamos y asesoramiento financiero.

##### **¿Con qué?**

Con fondos generados por el ahorro y esfuerzo de la mujer riobambeña

##### **¿Con que criterios?**

Basados en valores de responsabilidad, celeridad e integridad.

##### **Misión**

Brindar financiamiento a la mujer emprendedora de la ciudad de Riobamba, para impulsar la creación y desarrollo de negocios, a través de la colocación de préstamos y asesoramiento financiero, con fondos generados por el ahorro y esfuerzo de la mujer riobambeña, basados en valores de responsabilidad, celeridad e integridad.

---

<sup>22</sup> OSGOOD.W.Métodos de planificación de negocios. Editorial limusa. 2002

### **3.3.2. Diseño de la visión.**

“La visión de la organización debe estar formulada por los líderes de la empresa y debe ser conocida por toda la organización, para tenerla en cuenta en las labores cotidianas, como para impulsar el compromiso con la empresa.”<sup>23</sup>

La visión se ha diseñado tomando en consideración las siguientes preguntas.

¿Cómo sería la empresa dentro de 3 a 5 años?

¿Qué logros de su empresa le gustaría recordar dentro de 5 años?

¿Qué innovaciones podrían hacerse a los servicios que ofrece la empresa?

¿Qué avances tecnológicos podrían incorporarse?

¿Qué otras necesidades y expectativas del cliente podrían satisfacer los servicios que ofrece su empresa dentro de tres a cinco años?

¿Qué talentos humanos especializados necesitaría su unidad de gestión dentro de tres a cinco años?

#### **Visión.**

Ser una institución pionera en las microfinanzas dirigida a las mujeres emprendedoras de Riobamba generando mayores ingresos y mejorando las condiciones de vida de las socias, sobre la base de la calidad, cobertura y diversidad de servicios financieros.

### **3.3.3. Valores**

La Microfinanciera se basará en los siguientes valores:

- Respeto.- A los compañeros de trabajo, clientes y sociedad.

---

<sup>23</sup> OSGOOD.W.Métodos de planificación de negocios. Editorial limusa. 2002

- Lealtad.- Fidelidad a la institución, a sus principios y normas de trabajo.
- Honestidad.- Actuar con transparencia, honradez, responsabilidad y profesionalismo.

### **3.4. Marco legal**

Para la constitución de la institución se considerará la Ley de Economía popular y solidaria y su respectivo reglamento.

### **Constitución**

Asamblea Constitutiva.- Para constituir una de las organizaciones sujetas a la ley, se realizará una asamblea constitutiva con las personas interesadas, quienes, en forma expresa, manifestarán su deseo de conformar la organización y elegirán un Directorio provisional integrado por un Presidente, un Secretario y un Tesorero, que se encargarán de gestionar la aprobación del estatuto social y la obtención de personalidad jurídica ante la Superintendencia.

### **El Acta Constitutiva**

El acta de la asamblea constitutiva contendrá lo siguiente:

1. Lugar y fecha de constitución;
2. Expresión libre y voluntaria de constituir la organización;
3. Denominación, domicilio y duración;
4. Objeto social;
5. Monto del fondo o capital social inicial;

6. Nombres, apellidos, nacionalidad, número de cédula de identidad de los fundadores;
7. Nómina de la Directiva provisional; y,
8. Firma de los integrantes fundadores o sus apoderados.

**Reserva de denominación.-** Las asociaciones EPS y cooperativas en formación, reservarán en la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria en coordinación con la Superintendencia de Compañías, el uso de una denominación por el plazo de noventa días dentro de los cuales presentarán la documentación para el otorgamiento de la personalidad jurídica.

### **Requisitos**

A través de su Presidente provisional, además de los requisitos exigidos a las asociaciones presentarán los siguientes documentos:

1. Estudio técnico, económico y financiero que demuestre la viabilidad de constitución y plan de trabajo;
2. Declaración simple efectuada y firmada por los socios de no encontrarse incurso en impedimento para pertenecer a la cooperativa; y,
3. Informe favorable de autoridad competente.

Además deberán cumplir con los siguientes mínimos de socios y capital

Para la constitución de cooperativas de ahorro y crédito, se requerirá un mínimo de 50 socios y un capital social inicial, equivalente a doscientos salarios básicos unificados;

### **Trámite de aprobación.**

La Superintendencia, si la documentación cumple con los requisitos exigidos en el presente reglamento admitirá a trámite la solicitud de constitución. En el término de treinta días, la Superintendencia efectuará el análisis de la documentación y, en caso de ser necesario, realizará una verificación in situ, luego de lo cual elaborará la resolución que niegue o conceda la personalidad jurídica a la organización y, en este último caso, notificará al Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social para su inscripción en el Registro Público.

### **Notificación para registro**

La Superintendencia una vez emitida la resolución de concesión de personalidad jurídica de una organización, comunicará del particular al Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social, para el registro correspondiente.

### **Registro Público**

El Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social, será el responsable del Registro Público de las personas y organizaciones, sujetas a la ley, que se llevará en forma numérica y secuencial.

#### **3.4.1 Licitud de Fondos**

Se tendrá en cuenta la necesidad de hacer llenar el formulario de solicitud de fondos, considerando la disposición emitida por la superintendencia de banco y seguros JB-2012-2146 en su artículo 22 que dice “Las instituciones del sistema financiero exigirán a sus clientes llenar el formulario de licitud de fondos en todos aquellos depósitos individuales que igualen o superen los cinco mil dólares (us \$ 5.000.00) en efectivo o su equivalente en otras

monedas. En estos casos, la instituciones requerirán la presentación del documento de identidad del depositante para validar con la firma del formulario”.

**Cuadro Nº 24**

<b>Formulario de licitud de fondos</b>			
Lugar y fecha : _____			
<b>IDENTIDAD DEL TITULAR /BENEFICIARIO DE LA TRANSACCIÓN</b> (CUANDO ES EL CLIENTE QUIEN REALIZA LA TRANSACCIÓN)			
<b>PERSONA JURÍDICA</b>			
Denominación o razón social		No. RUC	
Dirección		Teléfonos	
Actividad económica			
<b>PERSONA NATURAL</b>			
Nombres y apellidos		No. CC	
Dirección		Teléfonos	
Actividad económica			
<b>IDENTIDAD DE LA PERSONA QUE EFECTÚA LA TRANSACCIÓN</b> (CUANDO NO ES EL CLIENTE QUIEN REALIZA LA TRANSACCIÓN)			
Nombre		Relación con el beneficiario o titular	
Dirección domicilio		Teléfonos	
Valor	No. cuenta o inversión	Divisa	Tipo de transacción



DECLARACIÓN DE FONDOS	
<p>Los fondos de esta transacción provienen de _____, y serán utilizados para _____.</p>	
<p><input type="checkbox"/> <b>Entrega de fondos:</b> Declaro expresamente que los valores que estoy entregando y que constan registrados en este documento tienen un origen y destino lícito, y permitidos por las leyes de la República del Ecuador.</p>	
<p><input type="checkbox"/> <b>Recepción de fondos:</b> Declaro expresamente que los valores recibidos y que constan registrados en este documento, serán utilizados en actividades lícitas y permitidas por las leyes de la República del Ecuador.</p>	
<p>Eximo a la institución de toda responsabilidad, inclusive respecto a terceros, si esta declaración fuese falsa o errónea.</p>	
<p>Se autoriza expresamente a la institución a realizar el análisis que considere pertinente e informar documentadamente a las autoridades competentes, en caso de investigación o determinación inusual e injustificada.</p>	
<p>Firma del cliente o persona que realiza la transacción</p>	<p><b>Recibido por:</b></p> <p>Nombre y firma Funcionario de la institución</p>

### 3.5. Estudio financiero

Dentro el estudio financiero se realizará algunas matrices, las cuales muestran desde las inversiones que se deben realizar hasta el flujo de ingresos que la institución poseerá.

#### 3.5.1. Matriz de inversiones

**Cuadro Nº 25**

**Inversión**

Usos			
	Unidades	Valor	Total
<b>Fija</b>			<b>\$ 7.600,00</b>
Equipo de computo	5	\$ 600,00	\$ 3.000,00
Muebles y enseres			\$ 4.600,00
<b>Intangible</b>			<b>\$ 4.500,00</b>
Gastos de Constitución			\$ 800,00
Estudios			\$ 600,00
Software			\$ 3.100,00
<b>Capital de trabajo</b>			<b>\$ 9.742,30</b>

<b>cuatrimestral</b>			
<b>Gastos operativos</b>			<b>\$ 7.988,02</b>
Cajero 1		\$ 1.504,58	
Guardia		\$ 1.504,58	
Asistente de Crédito 1		\$ 1.504,58	
Arriendo		\$ 1.200,00	
Servicios Básicos		\$ 320,00	
Papelería		\$ 200,00	
<b>Gasto Administrativo</b>			<b>\$ 1.554,28</b>
Gerente de agencia		\$ 1.554,28	
<b>Gasto de Ventas</b>			<b>\$ 200,00</b>
Publicidad		\$ 200,00	
<b>Total</b>			<b>\$ 21.842,30</b>
<b>Capital prestamos</b>			<b>\$ 173.200,00</b>
<b>Fuentes</b>			
Préstamo ONG			\$ 4.242,30
Aporte de los Socios			\$ 190.800,00

Realizado por: La Autora

La inversión para montar organización es \$ 21.842,30 y el capital para colocar es de \$ 173.200,00

### 3.5.2. Capital

Para la capitalización de la institución se realizará un préstamo en la organización gubernamental Española “Compartiendo Futuro” la cual a través de la presentación del presente proyecto otorgará un préstamo de \$ 4.242,30 a una tasa del 6%, mismo que se destinará a la compra de activos fijos, el pago de activos intangibles y un pequeño porcentaje del capital para colocar.

**Figura N° 7**

**Página de la Organización no gubernamental “COMPARTIENDO FUTURO”**



Fuente: <http://compartefuturo-ong.es.tl/Compartiendo.htm>

A continuación se presenta la tabla de amortización del préstamo financiado a 5 años al 6%, en la misma se muestra la deuda, el interés anual para cada uno de los 5 años, la amortización bancaria o parte de la deuda devuelta a la organización no gubernamental y la cuota fija que se pagará, siendo esta la sumatoria de la amortización y los intereses.

**Cuadro Nº 26**  
**Amortización del préstamo**

Mes	Deuda	Interés	Amortización	Cuota Fija
-----	-------	---------	--------------	------------

1	\$ 4.242,30	\$ 254,54	\$ 752,57	\$ 1.007,11
2	\$ 3.489,73	\$ 209,38	\$ 797,72	\$ 1.007,11
3	\$ 2.692,01	\$ 161,52	\$ 845,59	\$ 1.007,11
4	\$ 1.846,42	\$ 110,79	\$ 896,32	\$ 1.007,11
5	\$ 950,10	\$ 57,01	\$ 950,10	\$ 1.007,11
Total		\$ 793,23	\$ 4.242,30	\$ 5.035,54

Realizado por: La Autora

### 3.5.3. Cálculo de los ingresos

Teniendo en cuenta que la demanda insatisfecha es de 38562 se tratará de satisfacer apenas el 1% de esta, es decir un total de 385 créditos cuatrimestralmente y considerando los datos de las encuestas en cuanto a los montos se tiene:

**Cuadro N° 27**  
**Cálculo del valor de los créditos**

Rango	Porcentaje (encuestas)	Número de créditos	Créditos Valor	Valor acumulado
1 - 100	5,50%	21	\$ 2.100,00	\$ 2.100,00
101 - 200	4,45%	17	\$ 3.400,00	\$ 5.500,00
201 - 300	9,16%	35	\$ 10.500,00	\$ 16.000,00

301 - 400	6,81%	26	\$ 10.400,00	\$ 26.400,00
401 - 500	14,14%	54	\$ 27.000,00	\$ 53.400,00
501 - 600	12,30%	47	\$ 28.200,00	\$ 81.600,00
601 - 700	8,64%	33	\$ 23.100,00	\$ 104.700,00
701 - 800	5,76%	22	\$ 17.600,00	\$ 122.300,00
801 - 900	5,50%	21	\$ 18.900,00	\$ 141.200,00
901 - 1000	8,38%	32	\$ 32.000,00	\$ 173.200,00
Mayores a \$ 1000	19,37%	75	\$ 74.000,00	\$ 247.200,00

Realizado por: La Autora

Considerando que los productos de la institución están diseñados hasta un máximo de 1000 dólares y desde este monto el incremento dependerá de la calidad de pago que tenga el cliente, se colocarán créditos solo hasta 1000 dólares, por lo que se planea colocar 466 créditos que representan la cantidad de \$ 173.200,00 dólares cuatrimestralmente, es decir que uno de los ingresos de la institución serán los intereses generados por este monto.

**Cuadro N° 28**  
**Ingresos por intereses**

Mes	Monto Créditos	Interés Ganado	Capital devuelto	Cuota fija $R = P \left[ \frac{i(1+i)^n}{(1+i)^n - 1} \right]$
1	\$ 173.200,00	\$ 3.175,33	\$ 42.127,28	\$ 45.302,61
2	\$ 131.072,72	\$ 2.403,00	\$ 42.899,61	\$ 45.302,61

3	\$ 88.173,12	\$ 1.616,51	\$ 43.686,10	\$ 45.302,61
4	\$ 44.487,01	\$ 815,60	\$ 44.487,01	\$ 45.302,61
Total		\$ 8.010,44	\$ 173.200,00	\$ 181.210,44

Realizado por: La Autora

Considerando que cada mes se recupera parte de capital, el ingreso total será  $3175.33 \times 12$ , es decir \$ 38.104,00

#### **3.5.4. Calculo de las obligaciones con el público**

La cantidad aportada por los socios será de \$ 190.800,00 dólares, a los cuales se les pagará un interés del 1.2% anual, por lo tanto las obligaciones con el público alcanzaran la cantidad de \$ 2.289,60.

### 3.5.5. Calculo de las depreciaciones y amortizaciones

Para el cálculo de las depreciaciones y amortizaciones se han tomado los porcentajes de la ley de régimen tributario que indican como máximo para el equipo de cómputo el 33%, y para muebles y enseres el 20%, para facilidad de cálculo se tomó el 10% para ambos, considerando que ambos porcentajes anteriores son los máximos.

**Cuadro N° 29**  
**Depreciaciones y Amortizaciones**

<b>Años</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>Valor de Salvamento</b>
<b>Fija</b>							
Equipo de computo	\$ 3.000,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 0,00
Muebles y enseres	\$ 4.600,00	\$ 460,00	\$ 460,00	\$ 460,00	\$ 460,00	\$ 460,00	\$ 2.300,00
		\$ 1.060,00	\$ 1.060,00	\$ 1.060,00	\$ 1.060,00	\$ 1.060,00	
<b>Intangibles</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>Valor de Salvamento</b>
Gastos de Constitución	\$ 800,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	0
Estudios	\$ 600,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	0
Software	\$ 3.100,00	\$ 620,00	\$ 620,00	\$ 620,00	\$ 620,00	\$ 620,00	0
		\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 0,00

Realizado por: La Autora

### 3.5.6. Estado de resultados proyectado

**Cuadro N° 30**

#### **Estado de resultados proyectado**

<b>Cuenta</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>INGRESOS</b>	<b>\$ 38.104,00</b>	<b>\$ 40.435,96</b>	<b>\$ 42.910,65</b>	<b>\$ 45.536,78</b>	<b>\$ 50.623,63</b>
<b>INTERESES Y DESCUENTOS GANADOS</b>	\$ 38.104,00	\$ 40.435,96	\$ 42.910,65	\$ 45.536,78	\$ 48.323,63
<b>INTERESES DE CARTERA DE CRÉDITOS</b>	\$ 38.104,00	\$ 40.435,96	\$ 42.910,65	\$ 45.536,78	\$ 48.323,63
<b>Valor Residual</b>					\$ 2.300,00
<b>GASTOS</b>	<b>\$ 28.468,20</b>	<b>\$ 30.029,77</b>	<b>\$ 31.686,96</b>	<b>\$ 33.445,63</b>	<b>\$ 35.311,99</b>
<b>GASTOS DE OPERACIÓN</b>	\$ 28.213,66	\$ 29.820,38	\$ 31.525,44	\$ 33.334,84	\$ 35.254,98
<b>INTERESES CAUSADOS</b>	\$ 2.289,60	\$ 2.429,72	\$ 2.578,42	\$ 2.736,22	\$ 2.903,68
<b>OBLIGACIONES CON EL PÚBLICO</b>	\$ 2.289,60	\$ 2.429,72	\$ 2.578,42	\$ 2.736,22	\$ 2.903,68
<b>GASTOS DE PERSONAL</b>	\$ 18.204,06	\$ 19.318,15	\$ 20.500,42	\$ 21.755,04	\$ 23.086,45
<b>ARRIENDO</b>	\$ 3.600,00	\$ 3.820,32	\$ 4.054,12	\$ 4.302,24	\$ 4.565,53
<b>SERVICIOS BÁSICOS</b>	\$ 960,00	\$ 1.018,75	\$ 1.081,10	\$ 1.147,26	\$ 1.217,48



<b>PAPELERÍA</b>	\$ 600,00	\$ 636,72	\$ 675,69	\$ 717,04	\$ 760,92
<b>DEPRECIACIONES</b>	\$ 1.060,00	\$ 1.060,00	\$ 1.060,00	\$ 1.060,00	\$ 1.060,00
<b>AMORTIZACIONES</b>	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00
<b>GASTO DE VENTA</b>	\$ 600,00	\$ 636,72	\$ 675,69	\$ 717,04	\$ 760,92
<b>PUBLICIDAD</b>	\$ 600,00	\$ 636,72	\$ 675,69	\$ 717,04	\$ 760,92
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	\$ 254,54	\$ 209,38	\$ 161,52	\$ 110,79	\$ 57,01
<b>INTERESES</b>	\$ 254,54	\$ 209,38	\$ 161,52	\$ 110,79	\$ 57,01
<b>GANANCIA O PERDIDA DEL EJERCICIO antes PT</b>	\$ 9.635,80	\$ 10.406,20	\$ 11.223,69	\$ 12.091,15	\$ 15.311,64
<b>PARTICIPACIÓN EMPLEADOS</b>	\$ 1.445,37	\$ 1.560,93	\$ 1.683,55	\$ 1.813,67	\$ 2.296,75
<b>GANANCIA O PERDIDA DEL EJERCICIO antes IR</b>	\$ 8.190,43	\$ 8.845,27	\$ 9.540,13	\$ 10.277,48	\$ 13.014,89
<b>IMPUESTO RENTA</b>	\$ 1.883,80	\$ 2.034,41	\$ 2.194,23	\$ 2.363,82	\$ 2.993,43
<b>GANANCIA O PERDIDA DEL EJERCICIO</b>	<b>\$ 6.306,63</b>	<b>\$ 6.810,86</b>	<b>\$ 7.345,90</b>	<b>\$ 7.913,66</b>	<b>\$ 10.021,47</b>

Realizado por: La Autora

### 3.5.7. Flujo de caja

**Cuadro N° 31**

#### **Flujo de caja**

<b>Flujo de Caja</b>						
	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>A. Ingresos Operacionales</b>		<b>\$ 38.104,00</b>	<b>\$ 40.435,96</b>	<b>\$ 42.910,65</b>	<b>\$ 45.536,78</b>	<b>\$ 48.323,63</b>
INTERESES DE CARTERA DE CRÉDITOS		\$ 38.104,00	\$ 40.435,96	\$ 42.910,65	\$ 45.536,78	\$ 48.323,63
<b>B. Egresos Operacionales</b>		<b>\$ 28.468,20</b>	<b>\$ 30.029,77</b>	<b>\$ 31.686,96</b>	<b>\$ 33.445,63</b>	<b>\$ 35.311,99</b>
OBLIGACIONES CON EL PÚBLICO		\$ 2.289,60	\$ 2.429,72	\$ 2.578,42	\$ 2.736,22	\$ 2.903,68
GASTOS DE PERSONAL		\$ 18.204,06	\$ 19.318,15	\$ 20.500,42	\$ 21.755,04	\$ 23.086,45
ARRIENDO		\$ 3.600,00	\$ 3.820,32	\$ 4.054,12	\$ 4.302,24	\$ 4.565,53
SERVICIOS BÁSICOS		\$ 960,00	\$ 1.018,75	\$ 1.081,10	\$ 1.147,26	\$ 1.217,48
PAPELERÍA		\$ 600,00	\$ 636,72	\$ 675,69	\$ 717,04	\$ 760,92
DEPRECIACIONES		\$ 1.060,00	\$ 1.060,00	\$ 1.060,00	\$ 1.060,00	\$ 1.060,00
AMORTIZACIONES		\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00
GASTO DE VENTA		\$ 600,00	\$ 636,72	\$ 675,69	\$ 717,04	\$ 760,92
GASTOS FINANCIEROS		\$ 254,54	\$ 209,38	\$ 161,52	\$ 110,79	\$ 57,01
<b>C. Flujo Operacional</b>		<b>\$ 9.635,80</b>	<b>\$ 10.406,20</b>	<b>\$ 11.223,69</b>	<b>\$ 12.091,15</b>	<b>\$ 13.011,64</b>
<b>D. Ingresos No Operacionales</b>	<b>\$ 195.042,30</b>	<b>\$ 1.960,00</b>	<b>\$ 1.960,00</b>	<b>\$ 1.960,00</b>	<b>\$ 1.960,00</b>	<b>\$ 4.260,00</b>
APORTES DE CAPITAL	\$ 190.800,00					
PRÉSTAMO ONG	\$ 4.242,30					
DEPRECIACIONES		\$ 1.060,00	\$ 1.060,00	\$ 1.060,00	\$ 1.060,00	\$ 1.060,00
AMORTIZACIONES		\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00
VALOR RESIDUAL						\$ 2.300,00

<b>E. EGRESOS NO OPERACIONALES</b>	<b>\$ 12.100,00</b>	<b>\$ 4.081,74</b>	<b>\$ 4.393,07</b>	<b>\$ 4.723,37</b>	<b>\$ 5.073,81</b>	<b>\$ 6.240,27</b>
PARTICIPACIÓN TRABAJADORES		\$ 1.445,37	\$ 1.560,93	\$ 1.683,55	\$ 1.813,67	\$ 2.296,75
IMPUESTO A LA RENTA		\$ 1.883,80	\$ 2.034,41	\$ 2.194,23	\$ 2.363,82	\$ 2.993,43
AMORTIZACIÓN BANCARIA		\$ 752,57	\$ 797,72	\$ 845,59	\$ 896,32	\$ 950,10
<b>ADQUISICIÓN DE ACTIVOS FIJOS</b>	<b>\$ 7.600,00</b>					
EQUIPO DE COMPUTO	\$ 3.000,00					
MUEBLES Y ENSERES	\$ 4.600,00					
<b>INTANGIBLE</b>	<b>\$ 4.500,00</b>					
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$ 800,00					
ESTUDIOS	\$ 600,00					
SOFTWARE	\$ 3.100,00					
<b>F. Flujo No Operacional D-E</b>	<b>\$ 182.942,30</b>	<b>(\$ 2.121,74)</b>	<b>(\$ 2.433,07)</b>	<b>(\$ 2.763,37)</b>	<b>(\$ 3.113,81)</b>	<b>(\$ 1.980,27)</b>
<b>G. Flujo Neto Generado C+F</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 7.514,06</b>	<b>\$ 7.973,13</b>	<b>\$ 8.460,32</b>	<b>\$ 8.977,34</b>	<b>\$ 11.031,37</b>
<b>H. Saldo Inicial de Caja</b>		<b>\$ 182.942,30</b>	<b>\$ 190.456,37</b>	<b>\$ 198.429,50</b>	<b>\$ 206.889,82</b>	<b>\$ 215.867,15</b>
<b>I. Saldo Final de Caja</b>	<b>\$ 182.942,30</b>	<b>\$ 190.456,37</b>	<b>\$ 198.429,50</b>	<b>\$ 206.889,82</b>	<b>\$ 215.867,15</b>	<b>\$ 226.898,52</b>

Realizado por: La Autora

### 3.5.8. Estado de situación inicial

Dentro del estado de situación inicial, se muestra como está constituida la estructura de la empresa al inicio de sus operaciones.

**Cuadro Nº 32**  
**Estado de situación inicial**

<b>Activo</b>		<b>Pasivo</b>	
<b>Disponible</b>	\$ 182.942,30	Pasivo Corto Plazo	\$ 752,57
Caja	\$ 182.942,30	Pasivo a largo plazo	\$ 3.489,73
<b>Fija</b>	\$ 7.600,00		
Equipo de computo	\$ 3.000,00	<b>Patrimonio</b>	
Muebles y enseres	\$ 4.600,00		
<b>Intangible</b>	\$ 4.500,00	Capital	\$ 190.800,00
Gastos de constitución	\$ 800,00		
Estudios	\$ 600,00		
Software	\$ 3.100,00		
Total de Activo	\$ 195.042,30	Total de pasivo + Patrimonio	\$ 195.042,30

Realizado por: La Autora

### 3.5.9. Balances Generales

En lo referente a los balances generales se presentan los resultados y como afectaron a su estructura económica.

**Cuadro Nº 33**  
**Balance General año 1**

<b>Activo</b>		<b>Pasivo</b>	
<b>Disponible</b>	\$ 190.456,37	Pasivo corto plazo	\$ 797,72
Caja	\$ 190.456,37	Pasivo a largo plazo	\$ 2.692,01
<b>Fija</b>	\$ 6.540,00		
Equipo de computo	\$ 3.000,00	<b>Patrimonio</b>	
Muebles y enseres	\$ 4.600,00	Capital	\$ 190.800,00
Depreciación acumulada	-\$ 1.060,00	Utilidad del ejercicio	\$ 6.306,63
<b>Intangible</b>	\$ 3.600,00		
Gastos de constitución	\$ 800,00		
Estudios	\$ 600,00		
Software	\$ 3.100,00		
Amortización acumulada	-\$ 900,00		
Total de Activo	\$ 200.596,37	Total de pasivo + patrimonio	\$ 200.596,37

Realizado por: La Autora

**Cuadro N° 34**  
**Balance General año 2**

<b>Activo</b>		<b>Pasivo</b>	
<b>Disponible</b>	\$ 198.429,50	Pasivo corto plazo	\$ 845,59
Caja	\$ 198.429,50	Pasivo a largo plazo	\$ 1.846,42
<b>Fija</b>	\$ 5.480,00		
Equipo de computo	\$ 3.000,00	<b>Patrimonio</b>	
Muebles y enseres	\$ 4.600,00	Capital	\$ 190.800,00
Depreciación acumulada	-\$ 2.120,00	Utilidad del ejercicio	\$ 6.810,86
<b>Intangible</b>	\$ 2.700,00	Utilidad Acumulada	\$ 6.306,63
Gastos de constitución	\$ 800,00		
Estudios	\$ 600,00		
Software	\$ 3.100,00		
Amortización acumulada	-\$ 1.800,00		
Total de Activo	\$ 206.609,50	Total de pasivo + patrimonio	\$ 206.609,50

Realizado por: La Autora

**Cuadro N° 35**  
**Balance General año 3**

<b>Activo</b>		<b>Pasivo</b>	
<b>Disponible</b>	\$ 206.889,82	Pasivo corto plazo	\$ 896,32
Caja	\$ 206.889,82	Pasivo a largo plazo	\$ 950,10
<b>Fija</b>	\$ 4.420,00		
Equipo de computo	\$ 3.000,00	<b>Patrimonio</b>	
Muebles y enseres	\$ 4.600,00	Capital	\$ 190.800,00
Depreciación acumulada	-\$ 3.180,00	Utilidad del ejercicio	\$ 7.345,90
<b>Intangible</b>	\$ 1.800,00	Utilidad Acumulada	\$ 13.117,49
Gastos de constitución	\$ 800,00		
Estudios	\$ 600,00		
Software	\$ 3.100,00		
Amortización acumulada	-\$ 2.700,00		
Total de Activo	\$ 213.109,82	Total de pasivo + patrimonio	\$ 213.109,82

Realizado por: La Autora

**Cuadro Nº 36**  
**Balance General año 4**

<b>Activo</b>		<b>Pasivo</b>	
<b>Disponible</b>	\$ 215.867,15	Pasivo corto plazo	\$ 950,10
Caja	\$ 215.867,15	Pasivo a largo plazo	\$ 0,00
<b>Fija</b>	\$ 3.360,00		
Equipo de computo	\$ 3.000,00	<b>Patrimonio</b>	
Muebles y enseres	\$ 4.600,00	Capital	\$ 190.800,00
Depreciación acumulada	-\$ 4.240,00	Utilidad del ejercicio	\$ 7.913,66
<b>Intangible</b>	\$ 900,00	Utilidad Acumulada	\$ 20.463,39
Gastos de constitución	\$ 800,00		
Estudios	\$ 600,00		
Software	\$ 3.100,00		
Amortización acumulada	-\$ 3.600,00		
Total de Activo	\$ 220.127,15	Total de pasivo + patrimonio	\$ 220.127,15

Realizado por: La Autora



**Cuadro N° 37**  
**Balance General año 5**

<b>Activo</b>		<b>Pasivo</b>	
<b>Disponible</b>	\$ 226.898,52	Pasivo corto plazo	\$ 0,00
Caja	\$ 226.898,52	Pasivo a largo plazo	\$ 0,00
<b>Fija</b>	\$ 2.300,00		
Equipo de computo	\$ 3.000,00	<b>Patrimonio</b>	
Muebles y enseres	\$ 4.600,00	Capital	\$ 190.800,00
Depreciación acumulada	-\$ 5.300,00	Utilidad del ejercicio	\$ 10.021,47
<b>Intangible</b>	\$ 0,00	Utilidad Acumulada	\$ 28.377,05
Gastos de constitución	\$ 800,00		
Estudios	\$ 600,00		
Software	\$ 3.100,00		
Amortización acumulada	-\$ 4.500,00		
Total de Activo	\$ 229.198,52	Total de pasivo + patrimonio	\$ 229.198,52

Realizado por: La Autora

### 3.6. Evaluación financiera

#### 3.6.1. Valor actual neto

Para el cálculo del VAN se ha tomado una tasa de actualización de 10.65% que es la sumatoria de la inflación acumulada 6.12% y la tasa pasiva referencial fijada por el Banco Central del Ecuador 4.53%

La fórmula del Valor Actual Neto es:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1 + k)^t} - I_0$$

Dónde:

$V_t$  Representa los flujos de caja en cada periodo t.

$I_0$  Es el valor del desembolso inicial de la inversión.

$n$  Es el número de períodos considerado.

**Cuadro N° 38**  
**Valor actual neto**

Años	Flujo neto generado	Factor de actualización	Flujo de efectivo actual	Flujo de efectivo acumulado
		$1 / (1 + i)^n$		
0	-\$ 21.842,30	1	-\$ 21.842,30	-\$ 21.842,30
1	\$ 7.514,06	0,903750565	\$ 6.790,84	-\$ 15.051,46
2	\$ 7.973,13	0,816765083	\$ 6.512,18	-\$ 8.539,29
3	\$ 8.460,32	0,738151906	\$ 6.245,00	-\$ 2.294,29
4	\$ 8.977,34	0,667105202	\$ 5.988,83	\$ 3.694,54
5	\$ 11.031,37	0,602896703	\$ 6.650,77	\$ 10.345,32

Realizado por: La Autora  
Fuente: Flujo de caja

El valor actual neto es de \$ 10.345,32 al ser mayor que uno, el proyecto es factible.

### **3.6.2. Tasa interna de retorno**

Representa en definitiva, porcentualmente cuánto el proyecto entrega a sus partícipes (inversionistas y financistas) con respecto a la inversión realizada.

Dicha evaluación permitirá conocer qué tan rentable será la ejecución del proyecto, los resultados obtenidos deberán ser analizados por el o los inversionistas para determinar si se ejecuta o no el proyecto.

Para el cálculo de la tasa interna se requiere un VAN negativo próximo a cero, para lo cual se aplicará una tasa de descuento del 26.90% para la aplicación de la fórmula de la misma.

**Cuadro N° 39**  
**Valor actual neto (-)**

Años	Flujo neto generado	Factor de actualización	Flujo de efectivo actual	Flujo de efectivo acumulado
		$1 / (1 + i)^n$		
0	-\$ 21.842,30	1	-\$ 21.842,30	-\$ 21.842,30
1	\$ 7.514,06	0,788022065	\$ 5.921,25	-\$ 15.921,05
2	\$ 7.973,13	0,620978774	\$ 4.951,15	-\$ 10.969,91
3	\$ 8.460,32	0,489344976	\$ 4.140,01	-\$ 6.829,89
4	\$ 8.977,34	0,385614638	\$ 3.461,79	-\$ 3.368,10
5	\$ 11.031,37	0,303872843	\$ 3.352,13	-\$ 15,97

Realizado por: La Autora  
Fuente: Flujo de caja

$$TIR = t1 + ((t2 - t1) (VAN1 / VAN1 - VAN2))$$

$$TIR = 10,65\% \quad 16.25\% \quad 0,9985$$

$$TIR = 10,65\% \quad 16.22\%$$

$$TIR = 26.87\%$$

La fórmula de la tasa interna de retorno ha arrojado un 26.87 % y al ser mayor a la tasa de oportunidad que se ha tomado como la suma de la inflación más la tasa que pagarían en el banco, se afirma que el proyecto es viable.

### 3.6.3. Relación beneficio-costo

**Cuadro N° 40**  
**Ingresos actualizados**

Años	Flujo neto generado	Factor de actualización	Flujo de efectivo actual	Flujo de efectivo acumulado
		$1 / (1 + i)^n$		
1	\$ 7.514,06	0,903750565	\$ 6.790,84	\$ 6.790,84
2	\$ 7.973,13	0,816765083	\$ 6.512,18	\$ 13.303,02
3	\$ 8.460,32	0,738151906	\$ 6.245,00	\$ 19.548,02
4	\$ 8.977,34	0,667105202	\$ 5.988,83	\$ 25.536,84
5	\$ 11.031,37	0,602896703	\$ 6.650,77	\$ 32.187,62

Realizado por: La Autora  
Fuente: Flujo de caja

$$R \text{ b/c} = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$$

$$R \text{ b/c} = 32.187,62 / 21.842,30$$

$$R \text{ b/c} = \$ 1.47$$

El proyecto muestra una relación RB/C de 1.47 resultado mayor a la unidad, lo que significa que el proyecto obtiene un retorno de 47 centavos por cada dólar invertido, asignación a la que se puede calificar como económicamente eficiente.

### 3.6.4. Periodo de recuperación de la inversión

Para el cálculo del periodo de recuperación de la inversión, se determinará hasta qué año se recupera el monto principal y el faltante se lo realiza por regla de tres

**Cuadro N° 41**

#### **Período de recuperación de la inversión**

<b>PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN</b>			
<b>Periodos</b>	<b>Inversión</b>	<b>Flujos</b>	<b>Flujos Acumulados</b>
0	\$ 21.842,30		
1		\$ 7.514,06	\$ 7.514,06
2		\$ 7.973,13	\$ 15.487,20
3		\$ 8.460,32	\$ 23.947,52
4		\$ 8.977,34	\$ 32.924,85
5		\$ 11.031,37	\$ 43.956,22

Realizado por: La Autora

Como se puede observar la recuperación será entre el segundo y tercer año, para determinarlo exactamente se realizará una regla de tres, considerando que, si \$ 8.460,32 (3er año) se hace en un año, el faltante para recuperar la inversión que es \$ 6.355,10 (\$ 21.842,30 - \$ 15.487,20) en que tiempo se hará:

flujos	años
\$ 8.460,32	1
\$ 6.355,10	0,751166232

Para el cálculo más exacto se transformará 0,751166232 años a días a través de una regla de tres.

años	días
1	12
0,751166232	9,013994784

El periodo de recuperación de la inversión es de 2 años 9 meses y dado que el proyecto tiene un periodo de evaluación de 5 años, en general la puesta en marcha del mismo es recomendable.

#### 3.6.4. Punto de equilibrio monetario.

$$\begin{aligned}
 \text{PEM} &= \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \frac{\text{Costo Variable}}{\text{Ingresos}}} \\
 \text{PEM} &= \frac{\$ 28.213,66}{1 - \frac{\$ 2.289,60}{\$ 38.104,00}} \\
 \text{PEM} &= \frac{\$ 28.213,66}{1 - 0,06} \\
 \text{PEM} &= \$ 30.017,35
 \end{aligned}$$

El punto de equilibrio monetario indica que a partir de \$ 30.017,35 se comenzara a generar utilidad.

## **CAPÍTULO IV**

### **4. Conclusiones y recomendaciones**

#### **4.1. Conclusiones**

En la realización del estudio de mercado se determinó un mercado objetivo para el 2012 de 69632 mujeres de entre 18 y 65 años de edad, mostrando que un 61% de estas adquirirían un microcrédito para emprender o financiar su negocio, por lo tanto la demanda actual es de 42476 mujeres.

Considerando la oferta, se determinó una demanda insatisfecha de 38.526 créditos, y teniendo en cuenta los rubros económicos que esto representa, se calculó que apenas se satisfará el 1.00 % de esta es decir 385 créditos

Se realizó un estudio técnico con el cual se puede concluir que el tamaño de la institución será pequeño dada su inversión y el personal que no ascenderá de más de 10 personas, en cuanto a la localización se eligió las calles Olmedo entre las calles Alvarado y Almagro, y se eligió ser una compañía limitada pues eso demanda la ley para este tipo de empresas.

En el estudio financiero se determinó que para la puesta en marcha de la institución se requiere una inversión fija de 7.600 dólares, intangible de 4.500 dólares y el capital de trabajo \$ 9.742,30, resultando una inversión total de \$ 21.842,30 dólares.

Se evaluó el proyecto a través del valor actual neto, tasa interna de retorno, relación beneficio costo y periodo de recuperación de la inversión y los resultados indicaron que el proyecto es factible.



## **4.2. Recomendaciones**

Se recomienda poner en marcha el proyecto pues las Microfinancieras han demostrado ser instituciones estables que benefician de gran manera a los grupos que no pueden adquirir un crédito por no tener la documentación necesaria, sin que esto indique que no sean buenos pagadores, además de que el producto Confiamiga, al ser un producto que se otorga a un grupo organizado de mujeres y que el monto del mismo tiene la oportunidad de seguir aumentando, hace que el grupo obligue a pagar a sus compañeras.

Se recomienda a la institución enfocar los esfuerzos para atraer clientes netamente del mercado objetivo pues considerando que solo se atenderá un 1.00% del total de la demanda insatisfecha, la cantidad de clientes será amplia.

Con el tiempo de funcionamiento de la institución se deberá aumentar el tamaño de la está, tanto en aspectos operativos como en prestar más financiación a más mujeres y tratar de abarcar el mercado rural donde se puede encontrar un nuevo mercado y estudiar la factibilidad de crear agencias que permitan abarcar más áreas en la provincia.

Se recomienda además de las colocaciones de créditos el tratar de recolectar una gran cantidad de socias, pues las mismas además de fuente de financiamiento de la institución serán la principal fuente de ingresos a través del pago de las afiliaciones y el cobro de los servicios de la institución, dado que al ser una institución dirigida al beneficio de las mismas su principal beneficio serán intereses bajos.

## **RESUMEN**

La presente investigación es un plan de negocios para la creación de una Microfinanciera en apoyo a la mujer emprendedora de la ciudad de Riobamba y nace de la iniciativa de dar una respuesta a la necesidad de las mujeres emprendedoras de contar con una alternativa de financiamiento.

Se ha realizado un esquema ordenado de estudios el cual inicia por un estudio de mercado donde se estableció la oferta y la demanda con el fin de determinar la demanda insatisfecha que representa la cantidad de mujeres que no ha podido acceder a un crédito y que lo requieren, misma que llego a la cantidad de 38.562 mujeres.

Se continuó con el estudio técnico donde se identificó el tamaño de la Microfinanciera en base a criterios como la tecnología, el mercado objetivo, la cantidad de personal que poseerá la misma, y la inversión fija que es de 7.600 dólares, intangible de 4.500 dólares y el capital de trabajo de 12.190,95 dólares, resultando una inversión total de 24.290,95 dólares.

Se realizo además un estudio legal, el cual muestra los requisitos legales para la constitución, los permisos, el registro de marcas y patentes requeridas, se continuó con los lineamientos estratégicos donde se desarrollo la misión, visión y valores que dirigirán a la Microfinanciera.

Por último se desarrolló un estudio financiero el cual muestra las inversiones, costos y flujos de efectivo que la empresa tendrá, los mismos que fueron evaluados, determinando así la factibilidad del plan, por lo que se recomienda ponerlo en marcha.

## **Summary**

This research comprises the creation of a business plan to found a Microfinance institution in order to provide help, support, and benefit to entrepreneur women living in Riobamba city; in fact, this study arises from the initiative of providing a solution to women who require an alternative for financing.

It was previously developed a ordered scheme of studies which was based on a market study from which was determined the interaction of supply and demand to make possible to define the unmet demand that encloses 38,562, the number of women who have not been able to get a credit and need it.

Subsequently, it was a carried out a technical study where the size and extent of the microfinance institution were identified according relevant criteria like technology, targeted market, the total number of staff who this institution is going to count with, and the fixed investment whose amount is 7600 USD, 4500 USD corresponding to non tangible and 12.190,95 USD belonging to operating working capital For these reasons, the total investment was 24.290 USD.

In addition to this, a legal study that shows all the regulatory and legal requirements was made for the constitution if this entity, as well as licenses, trademarks and requested patents, then the strategic guidelines were put under analysis to establish mission, vision and values that are going to direct this new Microfinance institution.

Finally, it was implemented a financial study that demonstrates the investments, costs and cash flows that enterprise will have these mentioned factors were evaluated by delimiting the plan viability, for that reason it is recommended to undertake this financing project.

## **Bibliografía**

ANAYA TEJERO, Julio Juan, El transporte de mercancías, Editorial. ESIC, Madrid, 2009. 178p.

ANDRADE, Raúl. Planificación del Desarrollo Estratégico Empresarial. Riobamba, 2008

CRUZ, Luis. GUZMAN, Oscar. NOBOA, Paul. Diseño y Evaluación de Proyectos de Inversión: Una aplicación práctica. Ed. Asociación María Augusta, Quito, 2008

Fideicomiso Servicios Financieros Rurales. El lado humano de las microfinanzas Editorial Silvia Armas, Quito, 2008

GALINDO, Edwin. Estadística para la Administración y la Ingeniería, Gráficas Mediavilla. Hnos, 2009.

MUÑOS, Eduardo. Guía Metodológica “2do Concurso de Emprendimientos 2007”. Edit. Espoch, Riobamba, 2007, 113p.

ILUSTRE MUNICIPIO DE RIOBAMBA. Requisitos de Patente y Datos Generales. Riobamba, IMR, 2008.

#### **INTERNET**

BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, Inflación, Tasa de Interés Activa referencial, Producto Interno Bruto, Índice de Pobreza, 2012 ([www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)) (en línea)

INSTITUTO ECUATORIANO DE NORMALIZACIÓN, Índices, Tasas, Estadísticas, 2012(<http://www.inen.gov.ec>) (en línea)

# Anexos

## Anexo 1

### Modelo de Encuesta



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO.**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.**

**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE INGENIERÍA FINANZAS.**

**ENCUESTA Nro.....**

**1. Estado Civil**

Unión libre	_____
Soltera	_____
Casada o en unión libre	_____
Viuda o divorciada	_____

**2. Ocupación**

Negocio Propio	___
Ama de Casa	___
Empleado	___
No empleado	___
Estudiante	___

**3. ¿Cuenta con algún tipo de negocio propio?**

Sí \_\_\_

No\_\_\_

**4. ¿Alguna vez ha tenido la iniciativa de emprender un negocio propio?**

Sí \_\_\_

No\_\_\_

**5. ¿Cuál sería el motivo por los cuales adquiriría un microcrédito?**

Emprender un negocio	___
Pagar una deuda	___
Invertir capital en el negocio propio	___
Otro	___

**6. ¿Cuál sería la razón principal por la cual no emprendería un negocio?**

Recursos \_\_\_\_\_  
Tiempo \_\_\_\_\_  
Desconocimiento \_\_\_\_\_  
Otro \_\_\_\_\_

**7. ¿Qué aspectos influirían para que considerara adquirir un microcrédito?**

Facilidad de pagos \_\_\_\_\_  
Facilidad de trámites \_\_\_\_\_  
La Tasa de interés \_\_\_\_\_  
Que se brinden asesorías \_\_\_\_\_

**8 ¿Ha solicitado algún tipo de microcrédito?**

Sí\_\_\_ No\_\_\_

**9 ¿Le han otorgado el microcrédito solicitado?**

Sí\_\_\_ No\_\_\_

**10 ¿Adquiriría un microcrédito para emprender o financiar su negocio??**

Sí\_\_\_ No\_\_\_

**11 ¿Qué cantidad de dinero estaría dispuesta a adquirir?**

1 – 100 \_\_\_\_\_  
101 – 200 \_\_\_\_\_  
201 – 300 \_\_\_\_\_  
301 – 400 \_\_\_\_\_



401 – 500	___
501 – 600	___
601 – 700	___
701 – 800	___
801 – 900	___
901 – 1000	___
Mayores a \$ 1000	___

**12. ¿Cómo le gustaría que fuera el pago del microcrédito?**

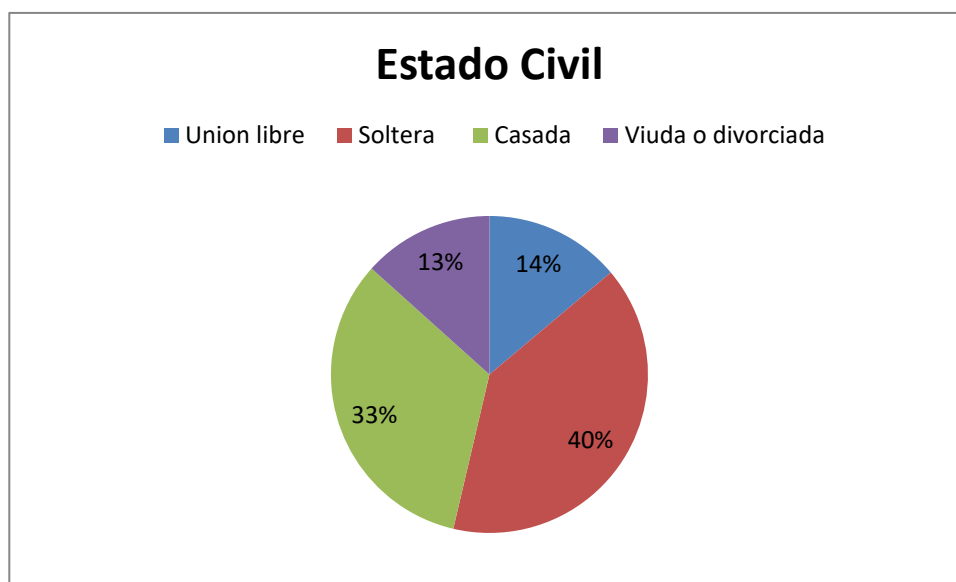
Semanal	___
Quincenal	___
Mensual	___

**Anexo 2**

**Tabulación de la encuesta**

**Estado Civil:**

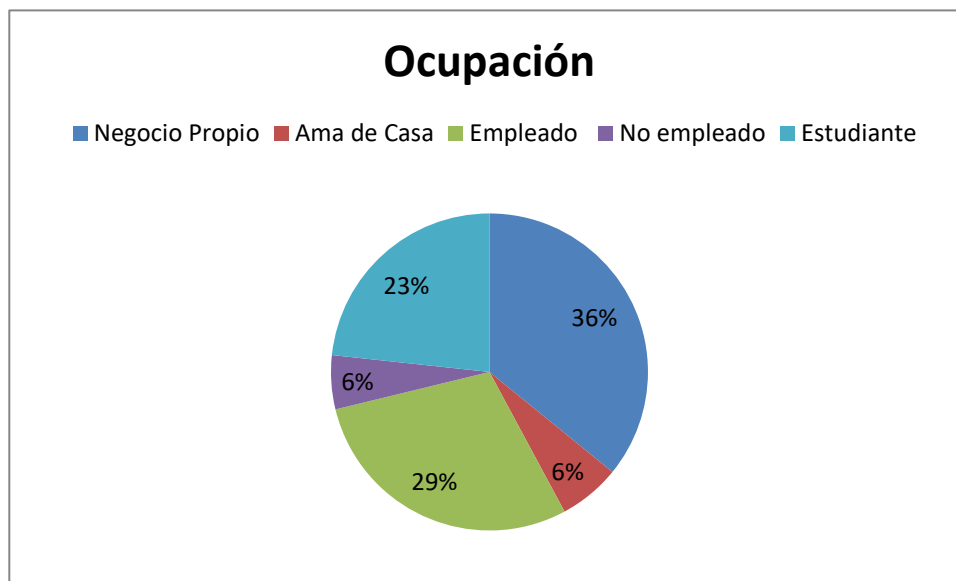
Unión libre	53	14%
Soltera	152	40%
Casada	126	33%
Viuda o divorciada	51	13%
Total	382	100%



### Ocupación

Negocio Propio	137	36%
Ama de Casa	24	6%
Empleado	111	29%

No empleado	21	5%
Estudiante	89	23%
Total	382	100%

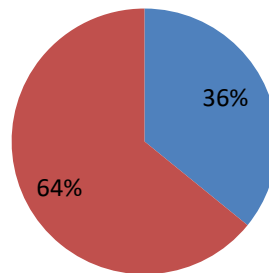


### ¿Cuenta con algún tipo de negocio propio?

Si	137	36%
No	245	64%
Total	382	100%

### ¿Cuenta con algún tipo de negocio propio?

■ Si ■ No

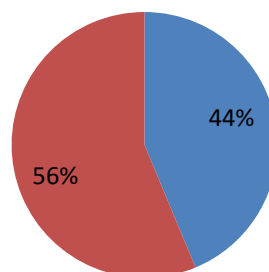


### ¿Alguna vez ha tenido la iniciativa de emprender un negocio propio?

Si	167	44%
No	215	56%
Total	382	100%

### ¿Alguna vez ha tenido la iniciativa de emprender un negocio propio?

■ Si ■ No



**¿Cuál sería el motivo por los cuales adquiriría un microcrédito?**

Emprender un negocio	187	49%
Pagar una deuda	26	7%
Invertir capital en el negocio propio	145	38%
Otro	24	6%
Total	382	100%

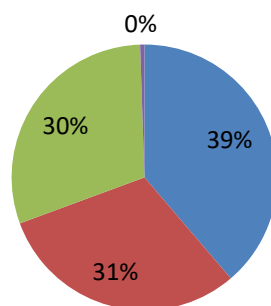


**¿Cuál sería la razón principal por la cual no emprendería un negocio?**

Recursos	148	39%
Tiempo	117	31%
Desconocimiento	115	30%
Otro	2	1%
Total	382	100%

## ¿Cuál sería la razón principal por la cual no emprendería un negocio?

■ Recursos ■ Tiempo ■ Desconocimiento ■ Otro

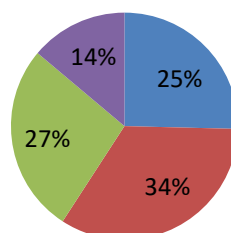


## ¿Qué aspectos influirían para que considerara adquirir un microcrédito?

Facilidad de pagos	97	25%
Facilidad de trámites	129	34%
La Tasa de interés	103	27%
Que se brinden asesorías	53	14%
Total	382	100%

## ¿Qué aspectos influirían para que considerara adquirir un microcrédito?

■ Facilidad de pagos ■ Facilidad de trámites  
■ La Tasa de interés ■ Que se brinden asesorías

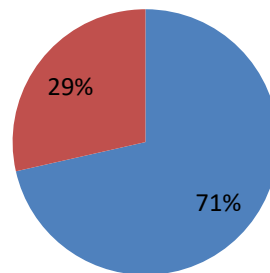


**¿Ha solicitado algún tipo de microcrédito?**

Si	273	71%
No	109	29%
Total	382	100%

**¿Ha solicitado algún tipo de microcrédito?**

■ Si ■ No

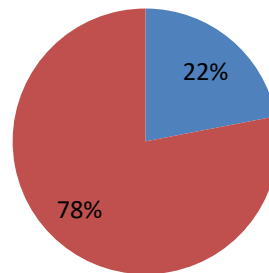


**¿Le han otorgado el microcrédito solicitado?**

Si	60	22%
No	213	78%
Total	273	100%

### ¿Le han otorgado el microcrédito solicitado?

■ Si ■ No

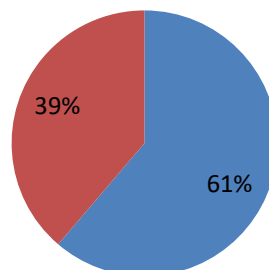


### ¿Adquiriría un microcrédito para emprender o financiar su negocio?

Si	234	61%
No	148	39%
Total	382	100%

### ¿Adquiriría un microcrédito para emprender o financiar su negocio?

■ Si ■ No

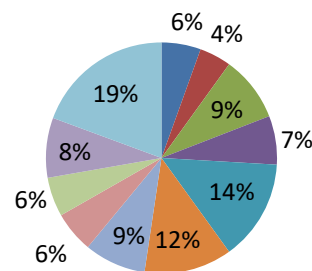
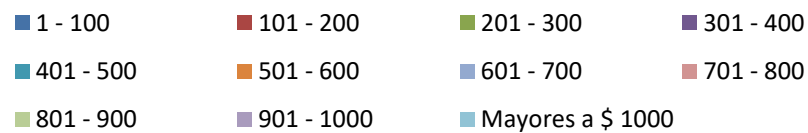




### ¿Qué cantidad de dinero estaría dispuesta a adquirir?

1 - 100	21	5%
101 - 200	17	4%
201 - 300	35	9%
301 - 400	26	7%
401 - 500	54	14%
501 - 600	47	12%
601 - 700	33	9%
701 - 800	22	6%
801 - 900	21	5%
901 - 1000	32	8%
Mayores a \$ 1000	74	19%
Total	382	100%

### ¿Qué cantidad de dinero estaría dispuesta a adquirir?

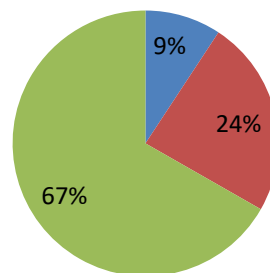


**¿Cómo le gustaría que fuera el pago del microcrédito?**

Semanal	39	10%
Quincenal	101	26%
Mensual	281	74%
Total	382	100%

**¿Cómo le gustaría que fuera el pago del microcrédito?**

■ Semanal ■ Quincenal ■ Mensual



### Anexo 3

### Sueldos

Personal	Sueldo	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Aporte IESS	Sueldo	Anual
Gerente de agencia	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 325,45	\$ 36,45	\$ 336,45	\$ 4.662,85
Cajero 1	\$ 292,00	\$ 292,00	\$ 292,00	\$ 35,48	\$ 327,48	\$ 4.513,74
Guardia	\$ 292,00	\$ 292,00	\$ 292,00	\$ 35,48	\$ 327,48	\$ 4.513,74
Asistente de Crédito 1	\$ 292,00	\$ 292,00	\$ 292,00	\$ 35,48	\$ 327,48	\$ 4.513,74

Realizado por: La Autora